

**STRATEGI HARIAN UMUM LAMPUNG POST DALAM MENINGKATKAN
KUALITAS RUBRIK KEAGAMAAN
(Studi Analisis Wacana Pada Harian Umum Lampung Post)**



**Skripsi
Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam Ilmu Dakwah**



**Oleh
Umi Pertiwi
NPM. 1341010038
Jurusan : Komunikasi Dan Penyiaran Islam**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1439 H /2017 M**

**STRATEGI HARIAN UMUM LAMPUNG POST DALAM MENINGKATKAN
KUALITAS RUBRIK KEAGAMAAN
(Studi Analisis Wacana Pada Harian Umum Lampung Post)**

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
dalam Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Oleh

Umi Pertiwi

NPM. 1341010038

Jurusan : Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Pembimbing I : Prof. Dr. H. M. Nasor, M. Si

Pembimbing II : Yunidar Cut Mutia Yanti, M. Sos. I

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG**

1439 H /2017 M

ABSTRAK

STRATEGI HARIAN UMUM LAMPUNG POST DALAM MENINGKATKAN KUALITAS RUBRIK KEAGAMAAN (Studi Analisis Wacana Pada Harian Umum Lampung Post)

Oleh:

UMI PERTIWI

Dalam persaingan media massa, surat kabar pada saat ini mengalami penurunan dibandingkan dengan media elektronik atau online. Hal tersebut dikarenakan perkembangan zaman yang memodernkan media serta tingkat konsumsi pada media elektronik atau online semakin berkembang. Bagi pengusaha-pengusaha pers perlu strategi yang baik untuk mencapai tujuan perusahaan dan tetap berkembang dalam persaingan persuratkabaran.

Strategi pemasaran serta kualitas yang baik memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang yang perlu dilakukan dalam menggunakan setiap peluang pada beberapa sasaran pasar atau konsumen. Hal tersebut dilakukan oleh harian umum Lampung Post dalam meningkatkan kualitas rubrik keagamaan.

Dalam penelitian ini penulis berusaha untuk mengetahui dan memberikan abstraksi untuk strategi harian umum Lampung Post dalam meningkatkan kualitas rubrik keagamaan.

Rubrik keagamaan harian umum Lampung Post ini dianalisis menggunakan model analisis wacana Teun A Van Dijk dengan enam elemennya yaitu tematik, skematik, semantik, sintaksis stilistik, dan retorik dengan 14 elemen yakni topik, skematik, semantic, maksud, peranggapan, nominalisasi, bentuk kalimat, koherensi, kata ganti, leksikon, grafis, metafora dan ekspresi serta data yang didapat berjumlah 8 rubrik yang berhubungan dengan keagamaan.

Dengan menganalisis wacana untuk mengetahui bagaimana strategi harian umum Lampung Post meningkatkan kualitas rubrik keagamaan, serta apa saja hambatan.

Penelitian ini dibatasi pada edisi bulan Mei - Juni 2017 yang terdiri dari edisi 28 Mei, 29 Mei, 30 Mei, 31 Mei, 2 Juni, 5 Juni, 7 Juni dan 8 Juni 2017. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi harian umum Lampung Post meningkatkan kualitas rubrik keagamaan, apa saja hambatan harian umum lampung post dalam meningkatkan kualitas rubrik

keagamaan Lampung Post, serta hasil analisis wacana Teun A Van Dijk pada rubrik keagamaan. Dengan metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*). Adapun sifat penelitian ini bersifat kualitatif yang bertujuan untuk melakukan analisis wacana naskah teks dengan menggambarkan secara konteks atau pemaknaan isi materi dan bahasa sebuah rubrik yang dikemas dalam harian umum (Koran) menggunakan perangkat analisis wacana Teun A Van Dijk. Sumber utama dalam penelitian ini yaitu rubrik keagamaan pada harian umum Lampung Post (Koran), setelah itu diteliti dan dianalisis.

Hasil temuan dalam rubrik keagamaan berdasarkan analisis yang dilakukan oleh teori Van Dijk terdapat elemen yang tidak terpenuhi yaitu ekspresi dan hanya ada satu rubrik yang terdapat nominalisasi, serta menemukan banyak informasi mengenai keagamaan. Berita yang dibuat oleh Harian Umum Lampung Post sangat dekat dengan kehidupan masyarakat. Hal tersebut terlihat dari analisis wacana yang penulis lakukan yaitu berita pada rubrik keagamaan mengenai Shalat, etika berpakaian Muslim dan Muslimah, memakmurkan Masjid, bersedekah dan sebagainya. Dengan pemberitaan mengenai keagamaan tersebut, tentunya Harian Umum Lampung Post mengemasnya dengan memperhalus kata-kata dengan ungkapan yang lebih halus dan memfilter bahasa yang disampaikan dengan menggunakan EYD (Ejaan Yang Disempurnakan). Dari hasil penelitian Harian Umum Lampung Post memiliki strategi tersendiri dalam meningkatkan kualitas rubrik keagamaan, agar tidak menimbulkan kegaduhan di masyarakat.

Faktor penghambat harian umum Lampung Post dalam meningkatkan kualitas rubrik keagamaan yaitu terbatasnya isu keagamaan diluar bulan ramadhan, sulitnya mencari narasumber yang layak untuk menyampaikan tausiyah pada rubrik keagamaan, dan melakukan pengeditan bahasa pada isu keagamaan, agar berita yang disampaikan lebih halus dan tidak menimbulkan kegaduhan di masyarakat.



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat: Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin Sukarame Telp. (0721) 780887, Bandar Lampung (35131)

PERSETUJUAN

**Judul Skripsi : STRATEGI HARIAN UMUM LAMPUNG POST DALAM
MENINGKATKAN KUALITAS RUBRIK KEAGAMAAN
(STUDI ANALISIS WACANA PADA HARIAN UMUM
LAMPUNG POST)**


Nama : UMI PERTIWI
NPM : 1341010038
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

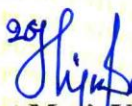
Telah diperiksa dan dikoreksi oleh pembimbing I dan Pembimbing II. Maka untuk itu, pembimbing I dan Pembimbing II, menyetujui untuk diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

Bandar Lampung, November 2017

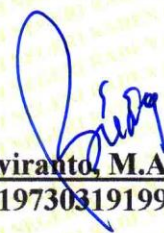
Pembimbing I,

Pembimbing II,


Prof. Dr. H. M. Nasor, M. Si
NIP.195707151987031003


Yunidar Cut Mutia Yanti, M.Sos.I
NIP.197010251999032001

Mengetahui
Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam


Bambang Budiwiranto, M.Ag., MA (AS), Ph.D
NIP. 197303191997031001



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat: Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin Sukarama Telp. (0721) 780887, Bandar Lampung (35131)

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul : **STRATEGI HARIAN UMUM LAMPUNG POST DALAM MENINGKATKAN KUALITAS RUBRIK KEAGAMAAN (STUDI ANALISIS WACANA PADA HARIAN UMUM LAMPUNG POST)** disusun oleh : **UMI PERTIWI**, NPM : **1341010038**, Jurusan : **Komunikasi dan Penyiaran Islam**, telah diujikan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi pada hari Jum'at tanggal 24 November 2017.

DEWAN PENGUJI

KetuaSidang : Dr. Jasmadi, M.Ag

(.....)

Sekretaris : Nasiruddin, S.Sos

(.....)

Penguji I : Dr. H.Rosidi, MA

(.....)

Penguji II : Prof. Dr. H. M. Nasor, M.Si

(.....)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi



Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si
NIP. 196104091990031002

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا
فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴿٦﴾

Artinya : *“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu”*.

(QS. Al-Hujaraat : 6)

“Dia yang tahu, tidak bicara. Dia yang bicara, tidak tahu”.

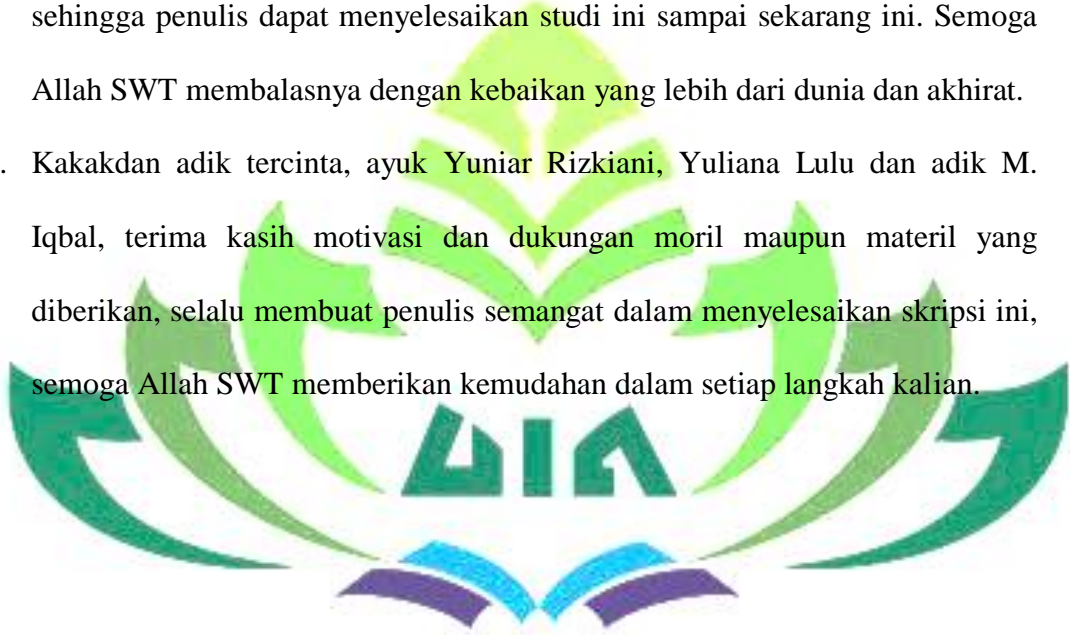
(Lao Tse)



PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT, Shalawat serta salam atas Nabi Muhammad SAW, Penulis persembahkan skripsi ini kepada :

1. Kedua orang tuaku Ayahanda Tajudin dan Ibunda Seniati yang penulis cintai, tiada hentinya dalam berdoa dan tiada lelah berusaha untuk mendidik dan membesarkan penulis dengan kesabaran dan selalu memotivasi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini sampai sekarang ini. Semoga Allah SWT membalasnya dengan kebaikan yang lebih dari dunia dan akhirat.
2. Kakakdan adik tercinta, ayuk Yuniar Rizkiani, Yuliana Lulu dan adik M. Iqbal, terima kasih motivasi dan dukungan moril maupun materil yang diberikan, selalu membuat penulis semangat dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga Allah SWT memberikan kemudahan dalam setiap langkah kalian.



RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Bandar Lampung pada tanggal 10 Januari 1993, anak ke 3 dari 4 bersaudara, dari pasangan Ayahanda Tajudin dan Ibunda Seniyati.

Riwayat pendidikan yang ditempuh penulis berawal dari SD Negeri 1 Sepang Jaya lulus pada tahun 2005, kemudian penulis melanjutkan pendidikan di MTs Al-Hikmah Way Halim lulus pada tahun 2008, selanjutnya penulis melanjutkan studinya ke MAN 1 Bandar Lampung dan lulus pada tahun 2011. Pada tahun 2013 penulis melanjutkan kembali studi di Perguruan Tinggi UIN Raden Intan Lampung pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi dengan berkonsentrasi di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI).

Selama menjadi mahasiswa penulis aktif dalam organisasi dan kegiatan antara lain:

1. Divisi Keorganisasian UKM-F Rumah Film KPI tahun 2013
2. Sebagai Bendahara Umum UKM-Rumah Film KPI tahun 2014-2015
3. Kader Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) tahun 2014-2015
4. Anggota HMJ KPI tahun 2013-2017
5. Divisi Keorganisasian IMIKI (Ikatan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Indonesia) cabang Lampung tahun 2016-2017

Selain itu penulis juga pernah mengikuti :

1. Seminar “Di Balik Layar Televisi” dan Pelatihan Presenter Berita Televisi di Universitas Lampung.

2. Pelatihan Pembuatan Makalah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
3. Koordinator lomba foto facebook yang diadakan oleh HMJ-KPI pada acara KPI EXPO tahun 2014
4. Pembuatan film hasil karya UKM-F Rumah Film KPI yang berjudul “Secret” tahun 2014 dan film-film UKM-F Rumah Film KPI lainnya
5. Study Banding UKM-F DCFC IBI Darmajaya di IBI Darmajaya tahun 2013
6. Bedah Film hasil karya UKM-F Rumah Film KPI tahun 2014-2016
7. Roadshow UKM-F Rumah Film KPI di STAIN tahun 2014
8. Roadshow UKM-F Rumah Film KPI di Pondok Pesantren Diniyah Putri, MA Al-Hikmah Way Halim, SMA Muhammadiyah Lampung Timur, MA Tanggamus, SMK Yadika Pringsewu, SMKN 1 Gading Rejo, dan lain-lain.
9. TryOut SMA/MA Sederajat yang diadakan oleh HMJ KPI tahun 2014 di GSG UIN Raden Intan Lampung.
10. TRYOut SMA/MA dSederajat yang diadakan UKM-F Rumah Film KPI tahun 2015-2017 di GSG dan Gedung Aula FEBI UIN Raden Intan Lampung.
11. Festival Film Islami (Bulan Ramadhan) tahun 2016 yang diadakan UKM-F Rumah Film KPI di Rektorat UIN Raden Intan Lampung.
12. Festival Film Indie yang diadakan UKM-F DCFC di IBI Darmajaya tahun 2014-2016.
13. Stand Photo Wisuda yang diadakan UKM-F Rumah Film KPI tahun 2015-2016 di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

14. Diksar, Diklat dan Mubes UKM-F Rumah Film KPI tahun 2014-2017
15. Talk Show Remaja PIK Sahabat dengan Tema “Yang Muda Yang Berencana”
di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
16. Kunjungan Mahasiswa KPI ke PT Masa Kini Mandiri Lampung Post tahun
2014
17. Program Islami bersama Ustadz di TVRI Lampung sebagai audience.
18. Malam Inaguration mahasiswa baru yang diadakan HMJ KPI tahun 2014-
2017 di Gedung KNPI.
19. Pelatihan pembuatan film oleh bang Budi, khusus anggota UKM-F Rumah
Film KPI tahun 2014 di FDIK UIN Raden Intan Lampung.
20. Seminar Photography dan Pembuatan Iklan di Fakultas Dakwah dan Ilmu
Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
21. Pelatihan Broadcaster Mahasiswa di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
UIN Raden Intan Lampung.
22. Talk Show “Indonesia Darurat Narkoba” di GSG UIN Raden Intan Lampung.
23. Pelatihan Jurnalistik Mahasiswa di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
UIN Raden Intan Lampung.
24. Seminar Pendidikan dan Kewirausahaan di GSG UIN Raden Intan Lampung.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil 'alamin, puji syukur hanya milik Allah SWT, Rabb semesta alam. Berkat rahmat dan pertolongan-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**STRATEGI HARIAN UMUM LAMPUNG POST DALAM MENINGKATKAN KUALITAS RUBRIK KEAGAMAAN (Studi Analisis Wacana Pada Harian Umum Lampung Post)**”.

Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Agung, Nabi Muhammad SAW semoga kita mendapatkan syafaatnya di hari akhir nanti, *aamiin*.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dijurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

Pada kesempatan ini, penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan yang berupa membimbing, petunjuk, nasehat dari berbagai pihak yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
2. Bapak Prof. Dr. H. M. Nasor, M.Si selaku pembimbing I dalam penulisan skripsi ini, yang dengan kesabaran dan dukungan serta motivasinya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Yunidar Cut Mutia Yanti, M.Sos.I selaku pembimbing II dalam penulisan skripsi ini, yang dengan kesabaran dan dukungan serta motivasinya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini

4. Bapak Bambang Budiwiranto, M.Ag, MA(AS), Ph.D selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dan Sekertaris Ibu Yunidar Cut Mutia Yanti, S.Sos, M.Sos.I yang telah mengurus segala urusan menyangkut skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen maupun Karyawan seluruh Civitas Akademik Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menuntut ilmu di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
6. Pimpinan dan seluruh staf Perpustakaan pusat UIN Raden Intan Lampung serta staf Perpustakaan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
7. Kedua Orang Tua (Bapak Tajudin dan Ibu Seniyati) yang penulis cintai, sayangi dan banggakan, serta keluarga besar yang selalu mendo'akan penulis.
8. PT Masa Kini Mandiri (Lampung Post) yang telah memberikan kesempatan penulis untuk meneliti disana, serta memberikan pelayanan informasi dengan baik.
9. Bang Adi Sunaryo selaku humas Lampung Post (Peliput berita wilayah Bandar Lampung) yang telah mewakili Redaktur rubrik keagamaan Bang Padli Ramdan untuk memberikan informasi mengenai gambaran umum Lampung Post serta rubrik keagamaan. Serta Bang Imron selaku EO yang telah memberikan informasi mewakili Manajer Marketing Lampung Post.
10. Keluarga Besar UKM-F Rumah Film KPI, khususnya para perintis angkatan pertama. Serta Kak Robby Aditya Putra selaku Instruktur UKM-F RFK.

11. Rekan-rekan HMJ KPI (Septy, Agung, Ilham, Dwi, Putri, Harry, Jodi, dkk) serta IMIKI (Ikatan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Indonesia) cabang Lampung yang memotivasi.
12. Rekan-rekan seperjuangan jurusan KPI, MD, PMI, BKI angkatan 2013, khususnya jurusan KPI A (Purwo, Triana, Amri, Abdan dkk)
13. Almamater tercinta Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
14. Sahabat masa kecil Vina, Ridwan, Sandi, Muklis dan Mala yang baik dan memotivasi.
15. Teman –teman Cecepi Debby, Endah, Nia, Cibi, Asha dan Ade yang sering berekspetasi tinggi.
16. Herianda Nurfa, S.Sos yang menemani dan memotivasi.



Umi Pertiwi
1341010038

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
SURAT PERNYATAAN	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
DAFTAR ISI	xvi

BAB 1 PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul.....	1
B. Alasan Memilih Judul	5
C. Latar belakang Masalah	7
D. Identifikasi Masalah	11
E. Batasan Masalah	12
F. Rumusan Masalah	12
G. Tujuan Penelitian	13
H. Manfaat Penelitian	13
I. Metode Penelitian.....	14
J. Tinjauan Pustaka	19

BAB II STRATEGI HARIAN UMUM DAN KUALITAS RUBRIK KEAGMAAN

A. Strategi Harian Umum	
1. Pengertian Strategi	22
2. Harian Umum.....	23
a. Pengertian Harian Umum.....	24

b. Fungsi Harian Umum.....	24
c. Macam-macam Surat Kabar.....	26
d. Karakteristik Surat Kabar.....	28
B. Kualitas	
1. Pengertian Kualitas	29
2. Karakteristik Kualitas.....	30
C. Rubrik Keagamaan	
1. Pengertian Rubrik.....	32
2. Jenis-jenis Rubrik.....	33
3. Persyaratan Rubrik	35
D. Analisis Wacana	
1. Pendekatan Analisis Wacana	38
2. Kerangka Analisis Wacana	40
E. Hambatan Komunikasi Massa.....	49

BAB III PROFIL HARIAN UMUM LAMPUNG POST

A. Gambaran Umum Harian Umum Lampung Post.....	51
1. Sejarah Lampung Post.....	51
2. Visi dan Misi Perusahaan.....	54
3. Logo Lampung Post	55
4. Struktur Organisasi dan Kepegawaian Lampung Post.....	55
B. Strategi Harian Umum Lampung Post dalam Meningkatkan Kualitas Rubrik Keagamaan.....	59
C. Hambatan Harian Umum Lampung Post dalam Meningkatkan Kualitas Rubrik Keagamaan	68

BAB IV ANALISIS WACANA STRATEGI HARIAN UMUM LAMPUNG POST DALAM MENINGKATKAN KUALITAS RUBRIK KEAGAMAAN (STudi Analisis Wacana Pada Harian Umum Lampung Post)

A. Strategi Harian Umum Lampung Post dalam Meningkatkan Kualitas Rubrik Keagamaan	71
B. Hambatan Harian Umum Lampung Post dalam Meningkatkan Kualitas Rubrik Keagamaan	73
C. Analisis Wacana Rubrik Keagamaan Menurut Analisis Teun A Van Dijk.....	73

BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN PENUTUP

A. Kesimpulan	99
B. Saran.....	100
C. Penutup.....	100

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Element Wacana Van Dijk	18
Tabel 2.2 Element Wacana Van Dijk	41
Tabel 4.3 Kerangka Analisis Wacana Rubrik Keagamaan Harian Umum Lampung Post (Edisi 28 Mei, 29 Mei, 30 Mei, dan 31 Mei 2017)	98
Tabel 4.4 Kerangka Analisis Wacana Rubrik Keagamaan Harian Umum Lampung Post (Edisi 02 Juni, 05 Juni, 07 Juni, dan 08 Juni 2017)	101



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: SK Judul

Lampiran 2: Kartu Konsultasi Skripsi

Lampiran 3: Surat Permohonan Penelitian

Lampiran 4: Pedoman Wawancara

Lampiran 5 : Surat Telah Melaksanakan Penelitian



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Agar tidak timbul kesalahpahaman dan pengertian serta untuk memudahkan dalam memahami maksud judul skripsi ini, maka terlebih dahulu penulis akan menguraikan secara singkat pengertian-pengertian yang terdapat didalamnya. Adapun judul skripsi ini adalah **“STRATEGI HARIAN UMUM LAMPUNG POST DALAM MENINGKATKAN KULAITAS RUBRIK KEAGAMAAN (Studi Analisis Wacana Pada Harian Umum Lampung Post)”**. Penegasan yang penulis maksud adalah sebagai berikut :

Menurut Bintaro Tjokro dan Mustafat Jaya, Strategi adalah keseluruhan langkah-langkah dan rangkaian kebijaksanaan guna mencapai suatu tujuan atau untuk mengatasi persoalan yang ada.¹ Sedangkan pengertian lain menurut Sondang P. Siagian strategi dapat didefinisikan dengan kebijakan-kebijakan pokok yang berkaitan langsung dalam pencapaian tujuan yang mencakup sumber dana sumber daya manusia dengan mempertimbangkan kondisi-kondisi internal dan eksternal organisasi.²

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk

¹Bintaro Tjokro Mijoyo dan Mustofa Jaya, *Teori dan Strategi Pembangunan Nasional*, (Jakarta: Gunung Agung, 1990), h. 13

²Sondang P. Siagin, *Analisis Serta Perumusan Kebijakan dan Strategi Organisasi*, (Jakarta: Gunung Agung, 1985), h. 17

mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.³

Strategi yang penulis maksud adalah langkah-langkah perencanaan yang dilakukan oleh Harian Umum Lampung Post dalam meningkatkan kulaitas rubrik keagamaan.

Harian Umum atau yang disebut juga sebagai surat kabar adalah lembaran tercetak yang memuat laporan yang terjadi pada masyarakat dengan ciri-ciri terbit secara periodik, bersifat umum, isinya termasa dan aktual mengenai apa saja dan dimana saja di seluruh dunia untuk diketahui pembaca.⁴

Harian Umum yang penulis maksud dan dijadikan penelitian yaitu Harian Umum Lampung Post yang beralamat di Jalan Soekarno Hatta No. 108 Rajabasa, Bandar Lampung. Harian Umum Lampung Post merupakan merupakan media cetak tertua di Provinsi Lampung yang usianya hampir seusia Provinsi Lampung dengan terbit pertama kali pada tanggal 10 Agustus 1974, berdasarkan surat keputusan MENPEN RI No. 0148 SK DIRJEN P 6 SIT 1974. Lampung Post diterbitkan oleh PT Masa Kini Mandiri dengan Surat Izin Usaha Penerbitan (SIUP) nomor 150/SK/MenPen/SIUP/a 7/1986.

³Onong Uchjana Effendy, M.A, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 2006), h. 32

⁴*Ibid.*h.241

Meningkatkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kata kerja dengan arti antara lain :

- 1) Menaikkan (derajat, taraf, dsb); mempertinggi; memperhebat (produksi dsb);
- 2) Mengangkat diri; memegahkan diri

Sedang menurut Moeliono, peningkatan adalah sebuah cara atau usaha yang dilakukan untuk mendapatkan keterampilan atau kemampuan menjadi lebih baik.

Berdasarkan kedua pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa di dalam makna kata “meningkatkan” tersirat adanya unsur proses yang bertahap, dari tahap terendah, tahap menengah dan tahap akhir atau tahap puncak.

Sedangkan “meningkatkan” yang penulis maksudkan dalam penelitian ini adalah meningkatkan kualitas rubrik keagamaan pada Harian Umum Lampung Post melalui proses yang bertahap.

Kualitas menurut Sinambela dalam bukunya yang berjudul *Reformasi Pelayanan Publik* adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan (*meeting the needs of customers*).⁵

Kualitas yang penulis maksud yaitu tingkat kemampuan Harian Umum Lampung Post dalam menyajikan berita-berita yang layak untuk pelanggan atau masyarakat, dalam hal ini berita yang terdapat pada rubrik keagamaan.

⁵ Sinambela, *Reformasi Pelayanan Publik*, (2008), h. 6

Rubrik merupakan karangan (ruangan tetap) dalam surat kabar, majalah, dan sebagainya.⁶ Rubrik juga merupakan ruangan karangan dalam surat kabar atau majalah.⁷

Onong Uchjana Effendy mengutarakan definisi mengenai rubrik dalam Kamus Komunikasi, bahwa “Rubrik berasal dari bahasa Belanda yaitu *Rubriek*, yang artinya ruangan pada halaman surat kabar, majalah atau media cetak lainnya mengenai suatu aspek atau kegiatan dalam kehidupan masyarakat; misalnya rubrik wanita, rubrik olahraga, rubrik pendapat pembaca dan sebagainya”.

Pada Harian Umum Lampung Post memiliki beberapa rubrik diantaranya yaitu rubrik Politik, Ekonomi dan Bisnis, Olahraga, Pendidikan, Humaniora, Hiburan dan sebagainya. Dari beberapa rubrik tersebut terdapat rubrik Humaniora yang di dalamnya berisi berita tentang kehidupan kemanusiaan, salah satunya seperti berita keagamaan. Dalam penelitian ini penulis akan meneliti rubrik keagamaan yang ada pada Harian Umum Lampung Post tersebut.

Keagamaan berasal dari kata agama yang kemudian mendapat awalan “ke” dan akhiran “an”, sehingga membentuk kata baru yaitu “keagamaan”. Jadi keagamaan dapat diartikan “segenap kepercayaan (kepada Tuhan) serta

⁶ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008), h. 1186

⁷ Muhammad Ali, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Modern* (Jakarta: Pustaka Amani), h.

dengan ajaran kebaikan dan kewajiban-kewajiban yang berkaitan dengan kepercayaan itu.⁸

B. Alasan Memilih Judul

Adapun yang menjadi alasan penulis memilih judul ini adalah sebagai berikut:

1. Harian Umum Lampung Post merupakan media cetak tertua di Provinsi Lampung yang terbit pertama kali pada tanggal 10 Agustus 1974. Sebagai media cetak tertua di Lampung tentunya Harian Umum Lampung memiliki kualitas tersendiri dibandingkan media cetak lain yang ada di Provinsi Lampung. Selain itu, Harian Umum Lampung Post juga memiliki lebih banyak pengalaman serta surat kabar pun telah banyak diterbitkan oleh Harian Umum Lampung Post dibandingkan Harian Umum lainnya. Sesuai dengan mottonya yaitu “Teruji dan Terpercaya” Lampung Post berkeinginan untuk menjadi surat kabar terdepan yang jujur, jernih, bermutu, dan paling berpengaruh di Provinsi Lampung. Oleh karena itu, Harian Umum Lampung Post pasti memiliki strategi untuk meningkatkan kualitas, agar mottonya terwujud dan tetap dibaca oleh pelanggan serta diminati masyarakat Lampung di tengah perkembangan media cetak yang ada di Provinsi Lampung.
2. Melihat perkembangan media cetak yang hadir di Provinsi Lampung, tentunya masing-masing Harian Umum memiliki strategi dalam menarik

⁸Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1986), Edisi II, h. 117

minat pembacanya. Terlebih saat bulan Ramadhan, rubrik keagamaan banyak diterbitkan pada beberapa media cetak. Untuk mensiasati hal tersebut Harian Umum Lampung Post pasti memiliki strategi untuk tampil beda serta meningkatkan kualitas agar pelanggan tetap tertarik untuk membaca sebagai media cetak tertua di Provinsi Lampung. Hal ini yang membuat penulis tertarik untuk meneliti bagaimana strategi Harian Umum Lampung Post dalam meningkatkan kualitas rubrik keagamaan ditengah persaingan kualitas berita yang ada di Harian Umum Provinsi Lampung.

3. Sebagai perusahaan media cetak tertua di Provinsi Lampung, serta adanya fasilitas yang mendukung dalam mencetak berita-berita yang layak, tentu harian umum Lampung Post memiliki hambatan-hambatan yang terjadi saat membuat berita serta mempertahankan dan meningkatkan kualitasnya. Hal tersebut membuat penulis ingin mengetahui apa saja hambatan harian umum Lampung Post dalam meningkatkan kualitas, khususnya kualitas rubrik keagamaan.

4. Dalam menganalisa data rubrik keagamaan yang berupa teks, maka diperlukan metode analisis wacana yaitu telaah mengenai aneka fungsi (pragmatic) bahasa, serta usaha memahami makna tuturandalam konteks, teks dan situasi. Oleh karena itu dalam menganalisa rubrik keagamaan, penulis menggunakan analisis wacana Teun A Van Dijk

5. Penulis melakukan sebuah penelitian yang berhubungan erat dengan kepenyiaran, dalam hal ini berkaitan dengan berita keagamaan pada

Harian Umum Lampung Post dimana materi yang dibahas berkenaan dengan mata kuliah jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, dan lokasinya mudah dijangkau sehingga memungkinkan penelitian ini diselesaikan sesuai dengan perencanaan.

C. Latar Belakang Masalah

Tertulis dalam sejarah Indonesia bahwa, pada tahun 1999 Indonesia melakukan perubahan besar yaitu masyarakat menuntut kebebasan yang disebut reformasi, masa ini masyarakat menuntut transparansi dari pemerintah. Pers dalam hal ini ikut mengambil bagian terpenting dan menguntungkan, karena masyarakat dapat melakukan kegiatan untuk mengembangkan kemerdekaan pers dan menjamin hak memperoleh informasi yang diperlukan.⁹ Hal ini membuat bisnis di bidang pers mengalami persaingan yang sangat ketat karena itu industri pers dituntut untuk mengemas produk informasinya lebih canggih lagi mengingat bisnis informasi sudah menjadi trend di pada masa itu.

Dalam bidang informasi, menguasai pangsa pasar dan masuk dalam persaingan ketat antara perusahaan menjadi bagian terpenting dan tidak bisa dielakkan karena masyarakat penikmat informasi menjadikan berita sebagai kebutuhan sehari-hari yang tidak bisa diabaikan keberadaannya. Oleh karena itu, kehadiran media informasi baik milik pemerintah maupun swasta sangat

⁹Undang-undang Republik Nomor 40 Tahun 1999, *Pers*, Pasal 17 (Peran Serta Masyarakat)

menunjang pengadakan informasi dan itu sangat diperlukan. Informasi itu bisa melalui media cetak maupun elektronik.

Dalam persaingan media massa, selain media cetak sendiri, media elektronikpun (Radio dan Televisi) dan media internet walaupun hanya satu persen bangsa Indonesia yang terkait ke internet juga melakukan persaingan, namun tidak separah dengan persaingan media cetak, karena kita mengenal lokalisasi media yang menjadi ancaman langsung bagi media nasional seperti surat kabar daerah, majalah daerah. Karena itu, bisnis surat kabar pada saat ini merupakan bisnis yang menggiurkan bagi pengusaha-pengusaha pers, selama masyarakat Indonesia masih terikat dalam konvensional, namun hal ini perusahaan pers perlu strategi yang baik untuk mencapai tujuan perusahaan dalam persaingan persuratkabaran.¹⁰

Dalam hal ini perusahaan pers yang berusaha menciptakan produk, guna memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Karena demikian besar dan ketatnya persaingan yang mendominasi dunia usaha dewasa ini, dimana perusahaan berlomba menguasai pangsa pasar. Namun dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidupnya suatu perusahaan, seringkali perusahaan tersebut dihadapkan pada berbagai kesulitan, misalnya kesulitan merebut pangsa pasar yang lebih luas sebagai akibat dari persaingan antara perusahaan untuk mengatasi keadaan tersebut diatas. Memperhatikan kepuasan kepada

¹⁰ Isratul Kurniawan, *Strategi Surat Kabar Harian Riau Pos dalam Meningkatkan Kualitas Isi Berita*, (Program S1 Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Sultharif Kasim Riau tahun 2010).

konsumen dan masyarakat merupakan tujuan utama suatu perusahaan yang menganut konsep pemasaran yang mengajarkan bahwa rumusan strategi pemasaran sebagai suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan tersebut, harus berdasarkan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Strategi pemasaran serta kualitas yang baik memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang yang perlu dilakukan dalam menggunakan setiap peluang pada beberapa sasaran pasar atau konsumen. Strategi pemasaran suatu proses tempat berlangsungnya analisa kesempatan-kesempatan, pemilihan sasaran, pengembangan strategi, merumuskan rencana-rencana dan pelaksanaan implementasi dan pengawasan.¹¹

Bukan hanya pada pemasarannya saja perusahaan pers menggunakan strategi, isi berita juga sangat berpengaruh dalam pemasaran surat kabar. Hal tersebut dikarenakan isi berita dapat menentukan minat baca pelanggan surat kabar. Dalam surat kabar terdapat bagian yang biasa disebut rubrik. Rubrik-rubrik yang ada pada surat kabar tentunya harus disesuaikan dengan berita yang disajikan. Misalnya dalam Harian Umum Lampung Post terdapat rubrik Humaniora yang berisi berita-berita tentang kemanusiaan termasuk juga di dalamnya terdapat berita keagamaan.

Pada Harian Umum Lampung Post, berita keagamaan tidak diterbitkan setiap hari, melainkan pada saat tertentu saja. Misalnya berita keagamaan

¹¹ Isratul Kurniawan, *Strategi Surat Kabar Harian Riau Pos dalam Meningkatkan Kualitas Isi Berita*, (Program S1 Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Sulistyarif Kasim Riau tahun 2010).

diterbitkan apabila adanya berita mengenai keagamaan. Namun, pada bulan Ramadhan berita keagamaan diterbitkan setiap hari, mengingat pada saat bulan Ramadhan aktivitas keagamaan meningkat. Hal tersebut tentunya membuat perusahaan pers Lampung Post harus memiliki strategi khusus untuk mensiasati berita yang disampaikan pada rubrik keagamaan agar tetap bisa menarik pelanggan untuk lebih tertarik membaca berita keagamaan, meskipun berita tersebut tidak diterbitkan setiap hari. Pada bulan ramadhan pun tentu banyak media cetak Lampung yang menerbitkan berita keagamaan, tentu menjadi faktor penghambat bagi Harian Lampung Post sendiri untuk bersaing dalam menyajikan berita.

Setiap perusahaan harian umum memiliki kualitasnya masing-masing dalam menyajikan berita. Harian Umum Lampung Post tentunya memiliki kualitas tersendiri dalam menyajikan berita-berita, guna menambah minat pelanggan atau minat pembaca Harian Umum Lampung Post. Dalam meningkatkan kualitasnya, tentu ada kendala-kendala yang terjadi pada saat proses penyajian berita atau pemasarannya. Hal tersebut perlu adanya strategi dalam menangani kendala yang terjadi pada saat proses penyajian berita atau pemasarannya. Oleh sebab itu, cara meningkatkan kualitas sangat penting dilakukan oleh perusahaan pers yang dalam penelitian ini Harian Umum Lampung Post menghadapi persaingan pasar media cetak dan menarik minat pembaca.

Berdasarkan tingkat pentingnya strategi dalam mencetak surat kabar juga dalam penyajian beritanya agar berkualitas, maka Harian Umum Lampung Post melakukan upayanya untuk meningkatkan kualitas rubrik melalui strategi. Strategi juga sangat penting dilakukan pada berita yang tidak setiap hari diterbitkan atau setiap hari diterbitkan melihat banyaknya persaingan media cetak yang ada di Provinsi Lampung saat ini. Seperti yang dilakukan oleh Harian Umum Lampung Post dalam meningkatkan kualitas rubrik keagamaan.

Selain itu, dalam menganalisa sebuah rubrik yang dalam penelitian ini menganalisa rubrik keagamaan, maka diperlukannya metode untuk menganalisis rubrik keagamaan. sehingga data yang dikumpulkan dari isi rubrik berupa teks akan menghasilkan kesimpulan.

Melihat latar belakang tersebut, penulis ingin menganalisis bagaimana strategi harian Umum Lampung Post dalam meningkatkan kualitas rubrik keagamaan dengan memakai analisis wacana yang menggunakan pendekatan kualitatif, dengan menggunakan teori Van Dijk yang melihat dan memahami makna tuturan dalam konteks, teks dan situasi dari sebuah wacana pada rubrik keagamaan melalui enam unsur yaitu segi tematik, skematik, semantik, sintaksis, stilistik dan retorik.

D. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka identifikasinya yaitu bagaimana hasil analisis wacana rubrik keagamaan menggunakan analisis

wacana Teun A Van Dijk untuk mengetahui strategi dan hambatan harian umum Lampung Post dalam meningkatkan kualitas rubrik keagamaan?

E. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat terarah, perlu dibatasi permasalahan yang akan dibahas, yaitu Strategi Harian Umum Lampung Post Dalam Meningkatkan Kualitas Rubrik Keagamaan dengan menggunakan Analisis Wacana Teun A Van Dijk. Terdapat 8 edisi pada halaman 24 dalam rubrik keagamaan yang penulis analisis menggunakan analisis wacana Teun A Van Dijk yaitu edisi 28 Mei, 29 Mei, 30 Mei, 31 Mei, 2 Juni, 5 Juni, 7 Juni dan 8 Juni 2017.

F. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas rumusan masalah yang penulis tentukan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi yang digunakan Harian Umum Lampung Post dalam meningkatkan kualitas Rubrik Keagamaan?
2. Bagaimana kendala Harian Umum Lampung Post dalam meningkatkan kualitas Rubrik Keagamaan?
3. Bagaimana menganalisa rubrik keagamaan dengan menggunakan analisis wacana Teun A Van Dijk?

G. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh Harian Umum Lampung Post dalam meningkatkan kualitas Rubrik Keagamaan.
- b. Untuk mengetahui hambatan Harian Umum Lampung Post dalam meningkatkan kualitas Rubrik Keagamaan.

H. Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan yang bermanfaat bagi studi pemberitaan yang akhir-akhir ini makin banyak memperoleh kajian dari berbagai disiplin ilmu, baik melalui kajian teoritis maupun melalui kajian riset di bidang terapan.
2. Sebagai masukan dalam penggunaan strategi meningkatkan kualitas Rubrik Keagamaan.
3. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya hasil penelitian pada ilmu komunikasi dan pada Harian Umum Lampung Post dalam kegiatan untuk meningkatkan dan mempertahankan pembacanya.
4. Bagi penulis dapat kiranya memberikan pengalaman dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang diterima selama mengikuti perkuliahan maupun studi mandiri.
5. Sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Studi Sarjana Satu.

I. Metode Penelitian

Metode berasal dari kata *methodos* (Yunani) yang dimaksud adalah cara atau menuju satu jalan. Metode merupakan kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan suatu cara kerja (sistematis) untuk memahami suatu subjek atau objek penelitian, sebagai upaya untuk menemukan jawaban yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dan termasuk keabsahannya.¹² Jadi metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.¹³

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) penelitian, yaitu suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dan mendalam yang mengangkat data-data yang ada di lapangan.¹⁴

Data-data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data yang berkenaan dengan Harian Umum Lampung Post pada rubrik keagamaan.

b. Sifat Penelitian

¹² Mohammad Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 1998), cet. 3, h. 13

¹³ Sugiono, *Pengertian Penelitian Menurut Para Ahli*, (Bandung: Alfabet, 2010), cet. 10, h. 6

¹⁴ Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, (Madar Maju, Bandung, 1996), cet. VII, h. 32

Penelitian ini bersifat deskriptif yaitu penelitian yang mencari hubungan antara dua variabel atau lebih.¹⁵ Penelitian ini juga bersifat deskriptif analitik yaitu penelitian yang bertujuan untuk melakukan analisis wacana atas rubrik keagamaan yang ada pada harian umum Lampung Post, dengan menggambarkan secara konteks atau pemahaman gaya bahasa dalam rubrik keagamaan. Dalam penelitian ini menggunakan perangkat analisis wacana yang meliputi enam unsur yaitu dilihat dari sisi Tematik, Skematik, Sintaksis, Stilistik, dan Retorisnya.

Sesuai dengan namanya, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran tentang suatu lembaga dan masyarakat atau suatu kelompok orang tertentu atau gambaran suatu gejala atau hubungan antara dua gejala atau lebih. Dalam hal ini penulis menggambarkan keadaan objek yaitu Harian Umum Lampung Post.

Dilihat dari sifatnya, maka penelitian ini termasuk kualitatif karena penelitian tidak mengadakan perhitungan angka-angka, tapi menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang atau perilaku yang dapat diamati.¹⁶

2. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

¹⁵Irawan Soehartono, *Metode Penelitian Sosial*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1999), cet. 3, h. 35

¹⁶*Ibid*, h. 37

Sumber data primer adalah sumber data pokok yang didapatkan untuk kepentingan penelitian yang merupakan data utama yaitu yang tidak masuk dalam sumber data sekunder.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data pelengkap yang sifatnya melengkapi sumber data yang sudah ada. Sumber data ini diperoleh dari buku-buku referensi, majalah, Koran, internet dan berbagai artikel-artikel dari website di internet.

3. Metode Pengumpulan Data

Untuk memudahkan dalam pengambilan data lapangan, penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

a. Metode Dokumentasi

Dokumentasi dari asal katanya dokumen, yang artinya barang-barang tertulis. Di dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, arsip, catatan dan lain sebagainya.¹⁷ Dalam hal ini adalah data-data tertulis yang berkaitan dengan objek penelitian.

Metode dokumentasi data sekunder dalam penelitian ini dikumpulkan dengan melakukan studi dokumentasi dengan kepustakaan. Metode ini penulis gunakan untuk memperoleh data pokok yakni tulisan-tulisan yang terkait dengan tema-tema keagamaan.

¹⁷*Ibid.h108*

b. Metode Interview (wawancara)

Metode interview adalah pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung oleh pewawancara (pengumpulan data) kepada responden, dan jawaban-jawaban responden dicatat atau direkam dengan alat perekam (tape recorder).

Pedoman wawancara yang digunakan adalah metode “ semi *strueted* “ yaitu interview menanyakan serentetan pertanyaan yang sudah terstruktur, kemudian satu per satu diperdalam dalam mengorek keterangan lebih lanjut.¹⁸

Metode ini digunakan untuk mendapatkan data-data pembantu sebagai penguat dari metode utama dalam hal ini penulis langsung mewawancarai Pemimpin Redaksi, Redaktur Rubrik Keagamaan, General Manajer Pemasaran Harian Umum Lampung Post yang berkenaan dengan strategi meningkatkan kualitas rubrik keagamaan.

4. Metode Analisa Data

Setelah data terhimpun melalui dokumentasi, dsn wawancara, serta berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode analisis wacana, yaitu telaah mengenai aneka fungsi (pragmatic) bahasa. Usaha memahami makna tuturan dalam konteks, teks dan situasi (Firth).¹⁹ Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis wacana

¹⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2010), h. 270

¹⁹ Eriyanto, *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*, (Yogyakarta: Lkis Group, 2012), h. 40

kualitatif karena mendeskripsikan data yang terkumpul dari harian umum Lampung Post. Selain itu peneliti menggunakan *discourse analysis*, artinya suatu model yang dipakai untuk meneliti dokumen yang berupa teks, gambar, simbol, dan sebagainya dengan pendekatan model Van Dijk yang terdiri dari enam elemen. Analisis wacana merupakan sebuah alternative dari analisis isi dengan pendekatan kualitatif yang lebih melihat “bagaimana” dari sebuah pesan atau teks komunikasi.²⁰

Van Dijk menjelaskan bahwa proses produksi teks melibatkan kognisi sosial, artinya sebuah teks tidak berdiri sendiri, melainkan dibentuk dan dipegaruhi oleh struktur sosial, nominasi kelompok tertentu, dan kelompok kekuasaan dalam masyarakat dan bagaimana kondisi (pikiran) dan kesadaran yang dibentuk dan berpengaruh terhadap teks tersebut. Van Dijk mempunyai tiga dimensi yaitu : teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Ketiga dimensi itu tidak berdiri sendiri melainkan satu sistem dan satu kesatuan dalam analisis.

Berikut adalah gambar struktur atau elemen yang dikemukakan oleh Van Dijk:

Tabel 1.1. Element Wacana Van Dijk²¹

STRUKTUR WACANA	HAL YANG DIMINATI	ELEMENT
Struktur Makro	TEMATIK	TOPIK

²⁰ Aliex Sobr, *Analisis Teks Media* , (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), h. 71

²¹ Eriyanto, *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*, (Yogyakarta : Lkis, 2008), h.

	(apa yang dikatakan?)	
Super Struktur	SKEMATIK (Bagaimana pendapat disusun dan dirangkai?)	SKEMA
Struktur Mikro	SEMANTIK (Makna yang ingin ditekankan dalam teks berita)	Latar, detail, maksud, penggarapan, nominalisasi
Struktur Mikro	SINTAKSIS (Pilihan kata apa yang dipakai dalam teks berita)	Bentuk kalimat, koheresi kata ganti
Struktur Mikro	STILISTIK (Pilihan kata apa yang dipakai dalam teks berira)	Leksikon
Struktur Mikro	RETORIS	Grafis, Metafora, dan ekspresi

J. Tinjauan Pustaka

Dalam penelitian ini penulis mencoba menggali dan memahami beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya untuk memperkaya

referensi dan menambah wawasan terkait dengan judul pada skripsi penulis.

Beberapa penelitian yang relevan dengan skripsi ini adalah sebagai berikut:

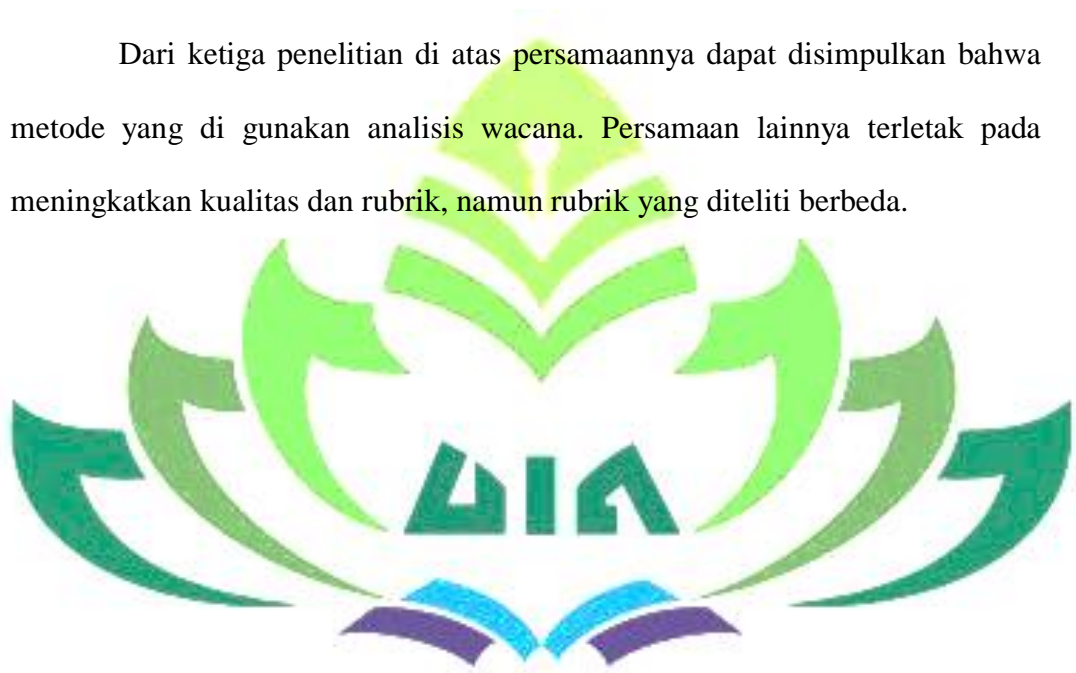
Penelitian yang berjudul “Analisis Wacana Rubrik Opini Tentang Berita Politik Pada Website Sumatera Ekspres” karya Kaspono, Program S1 Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Raden Fatah Palembang, tahun 2015. Dalam skripsi tersebut metode yang digunakan adalah analisis wacana. Hasil penelitian menyatakan berdasarkan analisis yang dilakukan terhadap teori Van Dijk ada beberapa elemen wacana yang tidak terpenuhi di antaranya, nominalisasi, metafora, kata ganti dan ekspresi serta menemukan banyak informasi di setiap kalimat dalam opini tentang politik.

Penelitian berjudul “Strategi Surat Kabar Harian Riau Pos dalam Meningkatkan Kualitas Isi Berita” karya Isratul Kurniawan, Program S1 Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Sultsyarif Kasim Riau tahun 2010. Dalam skripsi tersebut menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menyatakan bahwa surat kabar harian Riau Pos ternyata “mampu” meningkatkan kualitas isi berita di tengah perkembangan media yang ketat dengan menggunakan berbagai strategi baik dari SDM (Sumber Daya Manusia) atau sarana dan prasarana.

Penelitian berjudul “Novel Rindu Karya Darwis Tere Liye Sebagai Media Komunikasi Persuasif dalam Kegiatan Dakwah” karya Nadzrotul Uyun, Program S1 Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung tahun 2017. Dalam skripsi tersebut menggunakan metode analisis wacana. Hasil

penelitian menyatakan bahwa penulis Novel Rindu mampu menjadikan naskah teks sebagai media komunikasi persuasif dalam kegiatan dakwah dengan mengemas naskah novel tersebut melalui materi dan gaya bahasa maupun penulisan yang indah dan menarik untuk dibaca. Sehingga materi ajaran Islam yang terkandung di dalamnya membuat pembaca mampu merasakannya secara langsung.

Dari ketiga penelitian di atas persamaannya dapat disimpulkan bahwa metode yang di gunakan analisis wacana. Persamaan lainnya terletak pada meningkatkan kualitas dan rubrik, namun rubrik yang diteliti berbeda.



BAB II

STRATEGI HARIAN UMUM DAN KUALITAS RUBRIK KEAGAMAAN

K. Strategi Harian Umum

Setiap perusahaan dihadapkan pada dua jenis “lingkungan” internal dan eksternal, semakin besar suatu perusahaan, maka semakin kompleks pula bentuk, jenis, dan sifat internal yang terjadi dalam menghadapi kedua jenis lingkungan tersebut, dalam hal ini terjadi pada perusahaan Lampung Post. Oleh sebab itu, strategi harian umum sangat diperlukan dalam mensiasati perkembangan dan peningkatan kualitas perusahaan. Peningkatan yang penulis maksud adalah peningkatan kualitas rubrik keagamaan yang ada pada harian umum Lampung Post.

1. Pengertian Strategi

Strategi didefinisikan oleh para ahli dengan beragam, seperti *Stephanie K.Marrus* strategi adalah suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.²² Menurut Hamel dan Prahalad (1995), strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkatkan) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan.²³

²² Husein Umar, *Strategie Management in Action*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001), h. 31

²³ *Ibid.* h. 44

2. Harian Umum

a. Pengertian Harian Umum

Harian umum atau Koran adalah media massa cetak berukuran kertas atau setengah plano.²⁴ Media massa pada dasarnya dibagi menjadi dua kategori yakni media massa cetak dan media elektronik.

Jurnalistik harian umum berada dengan jurnalistik majalah walaupun sama-sama merupakan media massa cetak. Bagi jurnalistik majalah berita. Menyusun berita mengenai peristiwa seperti itu lebih sulit lagi karena segalanya sudah disiarkan oleh media massa lainnya. Dalam harian umum pembaca harus menggunakan perangkat mentalnya secara aktif, jelas hal itu menganjurkan bagi seorang wartawan dalam menyusun berita harus menggunakan bahasa yang lazim dan mudah dimengerti, sehingga para pembaca mudah mencerna isi dari tulisan tersebut.²⁵

Harian umum atau koran dapat dikelompokkan menjadi beberapa kategori ada lokal, regional dan nasional. Ditinjau dari bentuknya ada bentuk koran biasa dan tabloid, dan dilihat dari bahasa yang digunakan ada koran berbahasa Indonesia, Inggris dan Daerah.

²⁴ Asep Syamsul M. Romli, *Kamus Jurnalistik*, (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2008), cet. 1

²⁵ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2004), cet. 28, h. 156

a. Fungsi Harian Umum

Harian umum atau koran sebagai media massa dalam masa orde baru mempunyai misi menyebarluaskan pesan-pesan pembangunan dan sebagai alat mencerdaskan rakyat Indonesia.²⁶

Beberapa fungsi media massa dari koran di antaranya adalah :

1. Menyiarkan Informasi

Melayani kebutuhan masyarakat akan informasi lebih-lebih di pada zaman di mana informasi sudah berubah menjadi kebutuhan sehari-hari. Koran yang tidak menyajikan berita seperti yang dibutuhkan oleh pembacanya tak ubahnya ibarat perusahaan yang tersusun beraturan, tetapi tidak memberikan makna apa-apa bagi kehidupan. Khalayak perlu mendapatkan kabar tentang segala sesuatu yang terjadi, kenyataan sosial yang berkembang, gagasan dan pikiran orang yang sedang ramai diperbincangkan, isu yang sedang hangat dibicarakan orang dan lain sebagainya.

2. Fungsi Mendidik

Media massa juga berfungsi mendidik, dalam menjalankan fungsinya ada media massa yang secara khusus menyajikan ruang ilmu pengetahuan untuk menambah ilmu pengetahuan, tetapi banyak pula yang memasukkannya secara implisit pada berita-berita, artikel atau tajuk rencana. Seringkali pula

²⁶ Apriadi Tamburaka, *Literasi Media*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2003) cet. 1, h.

kita temukan berita-berita bergambar, ulasan berita, tajuk cerita bersambung ataupun cerita pendek yang disajikan sarat dengan nilai pendidikan.

3. Fungsi Menghibur

Bagi pembaca rubrik-rubrik hiburan itu memang penting untuk melepaskan saraf setelah berjam-jam membaca berita-berita berat.²⁷ Secara umum memang media massa memiliki fungsi menghibur, lebih-lebih bagi masyarakat yang tingkat apresiasinya terhadap informasi masih relative rendah, bahkan ada jurnalistik yang dikhususkan sebagai media hiburan. Untuk kepentingan ini, koran biasanya menyajikan cerita-cerita pendek, cerita bersambung, teka-teki silang, karikatur, di samping berita-berita dan artikel yang cukup berat. Media massa cetak pada umumnya hanya mampu menyiasati aspek hiburan ini melalui sajian bahasa tulisan, dengan memasukkan rangkaian kata dan susunan kalimat serta pesan-pesan abstrak dalam bentuk gambar dan foto.

4. Fungsi Mempengaruhi (Persuasif)

Fungsi yang keempat inilah yang menyebabkan koran memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat.²⁸

Pengaruh media massa, khususnya jurnalistik memang tidak dapat disangkal. Ia bisa menghanyutkan pembacanya hingga melakukan hal yang dikehendaknya dan karena kekuatan itu pula, Napoleon pernah mengatakan

²⁷ Onong Uchjana Effendy, Ilmu Komunikasi, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2006), cet. 20, h. 31

²⁸ *Ibid.* h. 150

bahwa dirinya lebih takut kepada empat koran yang terbit di lingkungan pemerintahannya dari pada seratus serdadu dengan senjata terhunus. Mungkin masih segar dalam ingatan kala Arswendo terpaksa harus diseret ke pengadilan karena tabloid Monitornya. Tulisannya yang kontroversial tentang “50 Tokoh Tekenal” mampu mempengaruhi sekaligus menggegerkan pilihan ribus massa di berbagai tempat untuk berdemonstrasi.²⁹ Sebagai penjaga atau pengawal kebenaran media massa senantiasa menjalankan fungsinya untuk melakukan sosial kontrol terhadap kesalahan yang terjadi di tengah-tengah masyarakat.³⁰

b. Macam-macam Surat Kabar

Surat kabar dapat dikelompokkan pada berbagai macam pada berbagai kategori. Dilihat dari ruang lingkupnya, maka surat kabar bisa dikategorikan sebagai surat kabar Loka, Regional dan Nasional. Dan ditinjau dari bentuknya maka surat kabar ada yang berbentuk biasa dan tabloid. Sedangkan dilihat dari bahasa yang digunakan ada surat kabar berbahasa Indonesia, bahasa Inggris, dan bahasa Daerah.³¹

Surat kabar memiliki keterbatasan karena hanya bisa dinikmati oleh mereka yang melek huruf, serta lebih banyak disenangi orang tua dari pada kaum remaja dan anak-anak. Salah satu kelebihan surat kabar ialah mampu

²⁹ Suf Kasman. *Op.Cit*, h. 37

³⁰ *Ibid.* h. 127

³¹ Elvinaro Ardianto, Lukiati Komala dan Siti Karlinah, *Komunikasi Massa*, (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2012), cet. 3, h. 114

memberi informasi yang lengkap, bisa dibawa kemana-mana, terdokumentasi sehingga mudah diperoleh bila diperlukan. Sekarang ini diperkirakan dari 45 penduduk Indonesia minimal ada satu orang yang berlangganan surat kabar.³² Surat kabar dapat dibedakan atas periode terbit, ukuran dan sifat penerbitannya.

Dari segi periode ada surat kabar harian dan ada surat kabar mingguan. Surat kabar harian adalah surat kabar yang terbit setiap hari, baik dalam bentuk edisi pagi maupun edisi sore, sementara surat kabar mingguan ialah surat kabar yang terbit paling sedikit satu kali dalam seminggu. Dari segi ukurannya, ada yang terbit dalam bentuk plano dan ada pula yang terbit dalam bentuk tabloid. Sementara, isinya dapat dibedakan atas dua macam, yakni surat kabar yang bersifat umum yang isinya terdiri atas berbagai macam informasi untuk masyarakat umum, sedangkan surat kabar yang bersifat khusus, isinya memiliki ciri khas tertentu dan memiliki pembaca tertentu pula, misalnya surat kabar untuk pedesaan, surat kabar untuk wanita, dan sebagainya. Sifat dan ciri penerbitan surat kabar juga dimilahi oleh penerbitan majalah atau berkala, serta waktu terbitnya adalah mingguan, dwimingguan dan bulanan.³³

Saat ini sebenarnya surat kabar harus pandai dalam melihat kebutuhan pembaca. Oleh karena banyaknya sumber informasi selain surat kabar, maka

³² Hafied Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2010), cet. 11, h. 127

³³ *Op.Cit*, h. 107

cara peliputan berita juga sudah harus berubah. Oleh karena surat kabar tidak mungkin bersaing dari segi aktualitas berita dengan radio, televisi dan internet.³⁴

Saat ini surat kabar cetak juga sudah mentransformasikan dirinya ke dalam bentuk surat kabar *online* untuk menjangkau pengguna internet yang didominasi anak muda. Ini merupakan bagian dari strategi agar surat kabar tidak ditinggalkan pembacanya.³⁵

a. Karakteristik Surat Kabar

Pada umumnya, jika kita berbicara mengenai pers sebagai media massa tercetak ialah dalam pengertian sempit, yakni surat kabar. Menurut Effendy (2006) ada empat ciri yang dapat dikatakan sebagai syarat yang harus dipenuhi oleh surat kabar, antara lain :

1. Publisitas (Publicity), yang mengandung arti penyebaran kepada khalayak atau kepada publik. Karena diperuntukan untuk khalayak umum, isi atau informasi surat kabar ini terdiri dari berbagai kepentingan yang berkaitan dengan umum.
2. Periodesitas (Periodicity), yang berarti keteraturan dalam penerbitannya. Keteraturan ini bisa satu kali sehari bisa juga satu atau dua kali terbit dalam seminggu.

³⁴ Apriadi Tamburaka, *Op.Cit*, h. 47

³⁵ *Ibid.* h. 48

3. Universalitas (Universality), menunjuk pada kesmestaan isinya, yang beraneka ragam dan dari seluruh dunia. Dengan demikian isi surt kabar meliputi seluruh aspek kehidupan manusia, seperti masalah sosial, ekonomi, budaya, agama, pendidikan, keamanan dan lain-lain.
4. Aktualitas (Aktuality) yang berarti kini dan keadaan sebenarnya. Keduanya erat sekali sangkut pautnya dengan berita yang disiarkan surat kabar.³⁶

L. Kualitas

1. Pengertian Kualitas

Menciptakan suatu pelayanan yang baik maka haruslah yang berkualitas sehingga para masyarakat senantiasa merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh aparatur. menurut Tjiptono dalam bukunya *Prinsip-Prinsip Total Quality Service* bahwa pengertian kualitas terdiri dari beberapa poin di antaranya:³⁷

1. Kesesuaian dengan kecocokan/ tuntutan
2. Kecocokan untuk pemakaian
3. Perbaikan/ penyempurnaan berkelanjutan
4. Pemenuhan kebutuhan pelanggan semenjak awal dan setiap saat
5. Melakukan segala sesuatu secara benar dengan semenjak awal

³⁶ Onong Uchjana Effendy, Ilmu Komunikasi, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2006), cet. 20, h.

³⁷ Karakteristik Kualitas” (On-line), tersedia di: jbptunikompp-gdl-rkaruswant-22685-2-babii.pdf (12 Januari 2017)

6. Sesuatu yang biasa membahagiakan pelanggan

Berdasarkan pengertian poin-poin di atas kualitas adalah segala sesuatu yang diharapkan atau diinginkan dari pelayanan (aparatur) ke yang di layani (masyarakat).

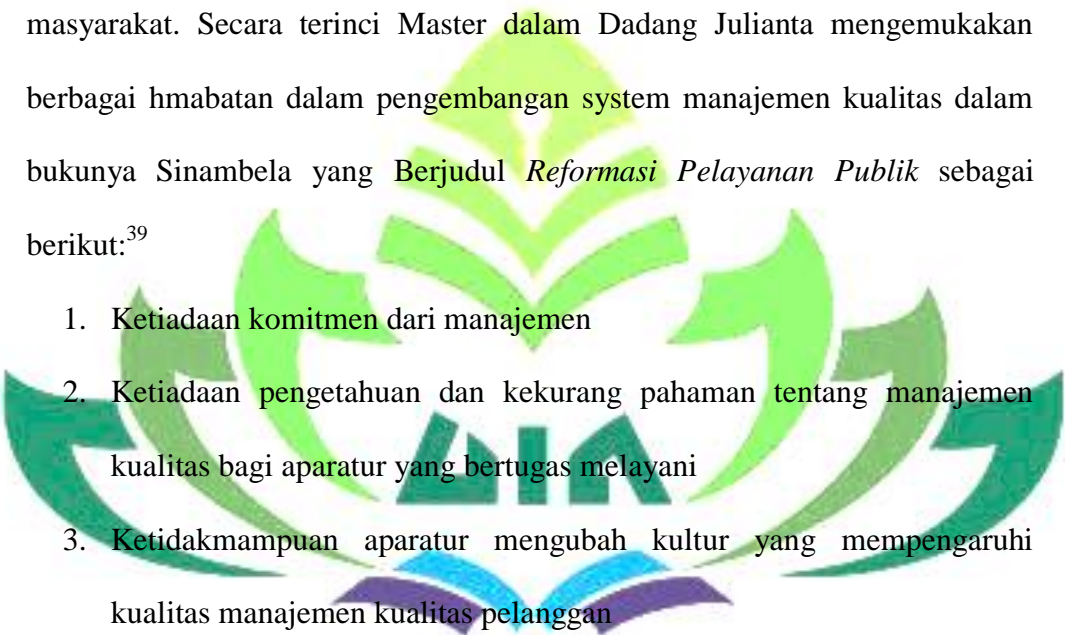
2. Karakteristik Kualitas

Gaspersz (1997) dalam mengutip Juran memeberikan definisi manajemen kualitas sebagai suatu kumpulan aktivitas yang berkualitas dengan kualitas tertentu memiliki karakteristik:

1. Kualitas menjadi bagian dari setiap agenda manajemen
2. Sasaran kualitas dimasukan ke dalam rencana bisnis
3. Jangkauan diturunkan dari benchmarkingfokus adalag pada pelanggan dan pada kesesuaian kompetensi di sana adalah untuk peningkatan kualitas tahunan.
4. Sasaran disebarkan ke tingkat mengambil tindakan, pelatihan ditetapkan di pada setiap tingkat.
5. Pengukuran ditetapkan seluruhnya
6. Manajer atas secara teratur meninjau kembali kemajuan dibandingkan dengan sasaran
7. Penghargaan diberikan untuk kinerja terbaik
8. Sistem imbalan (reward system) diperbaiki³⁸

³⁸Manajemen Kualitas” (On-line), tersedia di: www.damandiri.or.id/file/nurhasyimadunairbab2.pdf (12 Januari 2017)

Dikemukakan di atas bahwa ke delapan karakteristik kualitas di atas merupakan ukuran, sasaran dan tinjauan kepada pemberi pelayanan dan memberikan apresiasi yang setinggi-tingginya terhadap kinerja sehingga menghasilkan suatu kerja yang berkualitas. Citra kualitas layanan yang baik bukanlah dari sudut pandang atau persepsi penyedia jasa. Citra kualitas layanan yang baik dilihat berdasarkan sudut pandang konsumen atau masyarakat. Secara terinci Master dalam Dadang Julianta mengemukakan berbagai hambatan dalam pengembangan system manajemen kualitas dalam bukunya Sinambela yang Berjudul *Reformasi Pelayanan Publik* sebagai berikut:³⁹

- 
1. Ketidadaan komitmen dari manajemen
 2. Ketidadaan pengetahuan dan kurang pahaman tentang manajemen kualitas bagi aparatur yang bertugas melayani
 3. Ketidakmampuan aparatur mengubah kultur yang mempengaruhi kualitas manajemen kualitas pelanggan
 4. Ketidaktepatan perencanaan manajemen kualitas yang dijadikan pedoman dalam pelayanan pelanggan
 5. Pendidikan dan pelatihan yang berkelanjutan belum dioptimalkan
 6. Ketidakmampuan membangun *learning organization, learning by the individuals* dalam organisasi
 7. Ketidaksesuaian antara struktur organisasi dengan kebutuhan

³⁹Sinambela, *Reformasi Pelayanan Publik*, (2008), h. 32

8. Ketidacukupan dana dan sumber daya
9. Ketidaktepatan mengadopsi prinsip manajemen kualitas ke dalam organisasi
10. Ketidaktepatan dalam memberikan perhatian pada pelanggan, baik internal maupun eksternal
11. Ketidaktepatan dalam pemberdayaan dan kerja sama

Berdasarkan beberapa hambatan sistem manajemen kualitas di atas bahwa, dalam menciptakan sistem manajemen yang berkualitas terdapat hambatan. Hambatan dalam sistem manajemen kualitas yaitu kendala yang dihadapi dalam sistem pelayanan. Kendala atau hambatan yang sering terjadi di dalam pelayanan tidak adanya kerja sama antar organisasi baik waktu, biaya, persyaratan, dan lain-lain.

M. Rubrik Keagamaan

1. Pengertian Rubrik

Seringkali pada sebuah majalah kita dan khususnya peneliti menemukan dan mendengar istilah rubrik, sedangkan rubrik itu terdiri dari berbagai bentuk tulisan. Bisa berupa artikel, berita utama, cerpen, puisi, hiburan dan lain sebagainya yang dikemas ke dalam suatu rubrik dengan demikian dapat mempermudah bagi pembaca untuk melihat dan membacanya sehingga jadi menarik. Ada beberapa definisi tentang rubrik, diantaranya adalah menurut Onong Uchjana Effendy (Effendy, 2003:316) yang menyatakan bahwa rubrik adalah ruangan pada surat kabar atau media lain

mengenai suatu aspek atau kegiatan dalam kehidupan masyarakat. Sedangkan menurut Komaruddin (Komaruddin, 1974:74) yang dimaksud dengan rubrik adalah kepala karangan, bab atau pasal dalam surat kabar atau majalah yang sering diartikan sebagai ruangan, misal rubrik tinjauan luar negeri, rubrik ekonomi, rubrik kewanita.

Dari dua definisi di atas, maka dapat disimpulkan adanya suatu persamaan pendapat yang menyatakan bahwa rubrik tersebut adalah ruangan yang terdapat pada surat kabar atau majalah. Biasanya rubrik didajikan dalam ruangan atau halaman yang tetap dan diasuh oleh redaktur tersendiri yang disebut pengasuh rubrik. Sedangkan isi rubrik itu sendiri bermacam-macam, biasanya menganalisis suatu masalah yang berhubungan dengan politik, social budaya, hukum dan keamanan termasuk kehidupan manusia, karena rubrik adalah menyangkut isi dari surat kabar, majalah, dan media cetak lainnya.

2. Jenis-jenis Rubrik

Menurut Komaruddin dalam bukunya yang berjudul *Kamus Istilah Skripsi dan Tesis* (Komaruddin, 1974:74) mengatakan bahwa rubrik memiliki jenis-jenis antara lain :

- 1) Rubrik yang menyajikan seputar Ekonomi
- 2) Rubrik yang menyajikan seputar Humaniora
- 3) Rubrik yang menyajikan seputar Hukum dan Kriminal
- 4) Rubrik yang menyajikan seputar Sosial Budaya
- 5) Rubrik yang menyajikan seputar Hiburan dan lain-lainnya.

Berdasarkan pendapat di atas, pada dasarnya semua media mempunyai ruang atau rubrik masing-masing tetapi secara umum sama, misalnya pada Surat Kabar Lampung Post terdapat rubrik Humaniora.

Sedangkan menurut Effendy, jenis-jenis rubrik adalah sebagai berikut :

a. Rubrik Informasi

- Perihal keluarga (pertunangan, perkawinan, kelahiran, kematian)
- Kesejahteraan (kopersi, fasilitas dari organisasi, kredit rumah)
- Pengumuman pimpinan organisasi
- Peraturan
- Surat keputusan
- Pergantian pemimpin
- Kepindahan pegawai
- Pertemuan (rapat kerja, penataran, konferensi, dan lain-lain)
- Rubrik Edukasi
- Tajuk rencana
- Artikel (pengetahuan, keterampilan, keagamaan, dan lain-lain)
- Kutipan pendapat tokoh (keahlian, kemasyarakatan, keagamaan)
- Rubrik Rekreasi
- Cerita pendek
- Anekdot
- Pojok atau sentilan
- Kisah minat insani (human interest)

Dalam kegiatan membaca kita banyak mendapatkan banyak informasi, salah satu jenis bacaan yang dapat dibaca adalah majalah remaja ataupun

majalah anak-anak. Dalam suatu majalah banyak sekali rubrik yang menarik untuk dibaca.

Bacaan berebentuk rubrik sangat membantu kita yang memiliki hobi tertentu. Misalnya anda yang memiliki hobi bermain musik akan terbantu dengan kehadiran rubrik musik. Beberapa rubrik dalam surat kabar disebut rubrik tetap dan ada juga yang tidak tetap. Rubrik tetap adalah rubrik yang selalu ada pada setiap edisi, sedangkan rubrik yang tidak tetap adalah rubrik yang tidak selalu ada pada setiap edisi.

3. Persyaratan Rubrik

Beberapa kriteria atau persyaratan rubrik, di antaranya sebagai berikut:⁴⁰

1. Pangsa pasar yang jelas

Rubrik tentu saja harus memiliki pangsa pasar yang jelas. Karena isi dan tampilan yang nanti akan disajikan pada pembaca akan disesuaikan dengan sasaran pembaca rubrik tersebut. Misalnya, rubrik remaja akan dikemas lebih berwarna dan didominasi oleh gambar nuansa kartun tuga dimensi untuk menarik perhatian remaja disbanding dengan rubrik politik yang biasanya hanya dilengkapi dengan ilustrasi.

⁴⁰ Rubrik dan Pengertiannya” (On-line), tersedia di: <http://astridwiandriani21.blogspot.co.id/2013/11> (3November 2016).

2. Memiliki konten yang beragam

Umumnya sebuah halaman atau rubrik memiliki lebih dari tiga konten yang berbeda. Berita atau opini utama biasanya disimpan di bagian atas halaman dengan foto dan judul yang besar. Berita ini lazim disebut *headline* atau berita open. Pemilihan berita open biasanya berdasarkan *news value* yang terkandung dalam berita tersebut. Di bawah berita kedua biasanya terdapat berita yang disebut berita senter atau *second* yang tidak kalah penting. Berita jenis ini biasanya diberi garis lurus atau kotak sehingga dapat dibedakan dengan berita umum biasanya. Konten yang ketiga biasanya berbentuk kirian. Biasanya memuat sekilah info, ensiklopedia, berita ringan, pojok, komentar pembaca, SMS dari warga, sosok atau tokoh inspiratif, maupun tips dan trik. Di luar dari ketiga hal tersebut, sebuah rubrik biasanya diisi dengan berita tambahan, iklan, foto, atau ilustrasi lainnya.

3. Memiliki Dumi

Dumi adalah kerangka halaman yang dapat menjadi panduan divisi pracetak dalam menyimpan konten berita, foto, dan ilustrasi menjadi halaman yang menarik dan enak dipandang. Dumi ini biasanya memiliki standar yang baku, walaupun tata letaknya dapat berubah sewaktu-waktu. Misalnya berita headline selalu disimpan di bagian atas rubrik, foto open selalu di simpan di bagian atas rubrik, foto open selalu berdampingan dengan berita open, kirian selalu disimpan di kiri, iklan spanduk selalu disimpan di atas atau di bawah halaman, dan lain sebagainya. Dengan adanya dumi, akan memudahkan divisi

pracetak dalam menentukan berapa berita, foto atau iklan yang dapat masuk dalam sebuah halaman.

4. Memiliki Nama dan Kop

Layaknya sebuah produk yang saling bersaing untuk mendapatkan konsumen, rubrik pun harus memiliki gaya dan tampilan yang menarik agar dapat menjual. Selain dengan tata letak dan perwajahan yang dinamis, hal tersebut juga dapat dilakukan dengan cara memilih nama dan membuat desain kop (atasan) rubrik yang menarik dan menjual. Sesuai dengan prinsip *branding*, nama sebuah rubrik harus mudah diingat, sesuai dengan segmentasi pembaca, dan mengandung arti atau harapan. Mislanya rubrik Humaniora untuk halam pendidikan, pemilihan nama Humaniora sangat tepat ditujukan untuk dunia pendidikan umum maupun keagamaan. Di sisi lain, namanya juga mudah diingat. Selain itu, rubrik ini juga mengandung harapan agar menjadi rubrik yang dapat menampung inovasi dari dunia pendidikan yang positif.

Berbagai hal tersebut bertujuan untuk dapat memenuhi kebutuhan pembaca dan mendatangkan keuntungan (profit) bagi sebuah perusahaan. Karena sesuai dengan yang telah dijelaskan di atas bahwa lembaga penerbitan pers juga merupakan lembaga bisnis. Keuntungan yang didapatkan dari peningkatan oplah Surat Kabar Lampung Post, sebagai tempat penulis melakukan penelitian yang diakibatkan oleh rubrik keagamaan. Hal tersebut dapat dilakukan dengan dengan melakukan pemasaran koran (baik eceran maupun langganan), dan kerjasama produk berbentuk barter, mengadakan

kegiatan promotif seperti seminar ataupun lomba, dan membuat halaman sebaik mungkin, sehingga menarik minat pembaca untuk membeli koran tersebut.

Rubrik keagamaan merupakan berita yang terdapat pada harian umum Lampung Post. Rubrik keagamaan termasuk di dalam rubrik Humaniora, yaitu rubrik yang berisikan berita-berita tentang kemanusiaan, kehidupan, serta keagamaan.

N. Analisis Wacana

1. Pendekatan Analisis Wacana

Analisis wacana adalah mengenai aneka fungsi (pragmatik) bahasa.⁴¹ Analisis wacana lahir dari kesadaran bahwa persoalan yang terdapat dalam komunikasi bukan terbatas pada penggunaan kalimat atau bagian kalimat, fungsi ucapan, tetapi juga mencakup struktur pesan yang lebih kompleks dan inheren yang disebut wacana. Dalam menganalisis unit bahasa yang lebih besar dari kalimat tersebut, analisis wacana tidak terlepas dari pemakaian kaidah berbagai cabang ilmu bahasa, seperti halnya semantik, sintaksis, morfologi, dan fonologi.

Terdapat beberapa untaian analisis wacana bersama-sama menggunakan seperangkat perhatian.⁴²

⁴¹ Rosidi, *Metode Penelitian Media dan Analisis Wacana*, (Bandar Lampung: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Raden Intan Lampung, 2014), h. 50

⁴² *Ibid.* h. 51

1. Seluruhnya mengenai cara-cara wacana disusun, prinsip yang digunakan oleh komunikator untuk menghasilkan dan memahami percakapan atau tipe-tipe pesan lainnya. Ahli analisis wacana melihat pada pembiasaan nyata dan bentuk-bentuk nonverbal seperti mendengar dan melihat, dan mereka melakukan studi makna dari bentuk-bentuk yang teramati di dalam konteks. Beberapa teori melihat beberapa pesan tunggal terstruktur untuk membuat pernyataan koheren. Teori yang lainnya melihat pola bercakap-cakap di antara orang-orang dalam suatu percakapan.
2. Wacana dipandang sebagai alat aksi: ia adalah cara melakukan segala hal, biasanya dengan kata-kata. Ahli analisis wacana berasumsi bahwa pengguna bahasa mengetahui bukan hanya aturan-aturan tata bahasa kalimat, namun juga aturan-aturan untuk menggunakan unit-unit yang lebih besar dalam menyelesaikan tujuan-tujuan pragmatik dalam situasi sosial. Bahasa digunakan dalam suatu strategi guna mencapai sesuatu yang diinginkan seperti memuat suatu permohonan, mendapat giliran bersikap sopan, atau memperoleh kerja sama. Ahli analisis wacana tertarik dalam hal bagaimana sesungguhnya cara pembicara menyusun pesan-pesan mereka untuk menyelesaikan hal-hal tersebut.
3. Analisis wacana adalah suatu pencarian prinsip-prinsip yang digunakan oleh komunikator actual dari perspektif mereka; ia tidak meperdulikan ciri / sifat psikologis tersembunyi atau fungsi otak, namun terhadap problema percakapan sehari-hari yang kita kelola dan kita pecahkan. Contohnya kita

menggunakan kalimat-kalimat untuk membuat pernyataan-pernyataan koheren sehingga orang lain dapat mengerti, dan kita menanggapi pesan-pesan dari orang lain dengan cara-cara yang kelihatan logis dan alami serta tidak mengacaukan arus percakapan.

Dari segi analisisnya, ciri dan sifat wacana itu dapat dikemukakan sebagai berikut:⁴³

- a. Analisis wacana membahas kaidah memakai bahasa di dalam masyarakat (*rule of use* – menurut Widdowson);
- b. Analisis wacana merupakan usaha memahami makna tuturan dalam konteks, teks, dan situasi (Firth);
- c. Analisis wacana merupakan pemahaman rangkaian tuturan melalui intepretasi semantic (Beller);
- d. Analisis wacana berkaitan dengan pemahaman bahasa dalam tindak berbahasa (*what is said from what is done* – menurut Labov);
- e. Analisis wacana diarahkan kepada masalah memakai bahasa secara fungsional (*functional use of language* – menurut Coulthard).

2. Kerangka Analisis Wacana

Dari sekian banyak model analisis wacana itu, model van Dijk adalah model yang paling banyak dipakai. Model yang dipakai van Dijk ini kerap disebut sebagai “kognisi sosial”. Istilah ini sebenarnya diadopsi dari pendekatan lapangan psikologi sosial, terutama untuk menjelaskan struktur dan proses terbentuknya

⁴³ *Ibid.* h. 52

suatu teks. Menurut van Dijk, penelitian atas teks wacana tidak cukup hanya didasarkan pada analisis atas teks semata, karena teks hanya hasil dari suatu praktik produksi yang harus juga diamati.

Melalui berbagai karyanya, van Dijk membuat kerangka analisis wacana yang dapat didayagunakan. Ia melihat suatu wacana terdiri atas berbagai struktur/tingkatan, yang masing-masing bagian saling mendukung. Van Dijk membaginya ke dalam tiga tingkatan:⁴⁴

- a. Struktur makro. Ini merupakan makna global / umum dari suatu teks yang dapat dipahami dengan melihat topik dari suatu teks. Tema wacana ini bukan hanya isi, tetapi juga sisi tertentu dari suatu peristiwa.
- b. Superstruktur adalah kerangka suatu teks: bagaimana struktur dan elemen wacana itu disusun dalam teks secara utuh.
- c. Struktur mikro adalah makna wacana yang dapat diamati dengan menganalisis kata, kalimat, proposisi, anak kalimat, paraphrase yang dipakai dan sebagainya.

Struktur / elemen yang dikemukakan van Dijk ini dapat digambarkan seperti berikut:

2.2 Tabel Elemen Wacana Van Dijk

Struktur Wacana	Hal yang Diamati	Elemen
Struktur Makro	TEMATIK (Apa yang dikatakan?)	Topik

⁴⁴ *Ibid.* h. 79

Super Struktur	SKEMATIK (Bagaimana pendapat disusun dan dirangkai?)	Skema
Struktur Mikro	SEMANTIK (Makna yang ingin ditekankan dalam teks berita)	Maksud, penggarapan, nominalisasi
Struktur Mikro	SINTAKSIS (Bagaimana pendapat disampaikan?)	Bentuk kalimat, koherensi, kata ganti
Struktur Mikro	STILISTIK (Pilihan kata apa yang dipakai?)	Leksikon
Struktur Mikro	RETORIS (Bagaimana dan dengan cara apa penekanan dilakukan?)	Grafis, metafora dan ekspresi

Dalam pandangan van Dijk, segala teks bisa dianalisis dengan menggunakan elemen tersebut. Meski terdiri atas berbagai elemen, semua elemen itu merupakan suatu kesatuan, saling berhubungan dan mendukung satu sama lainnya.

Untuk memperoleh gambaran ihwal elemen-elemen struktur wacana tersebut, berikut ini adalah penjelasan:⁴⁵

a. Tematik

Secara harfiah *tema* berarti “sesuatu yang telah diuraikan”, atau “sesuatu yang telah ditempatkan”. Kata ini berasal dari kata Yunani *tithenai* yang berarti ‘menempatkan’ atau ‘meletakkan’.

Kata *tema* kerap disandingkan dengan apa yang disebut *topik*. Kata topik berasal dari kata Yunani *topoi* yang berarti tempat. Teun A. van Dijk mendefinisikan topik, sebagai struktur makro dari suatu wacana. Dari topik, kita bisa mengetahui masalah dan tindakan yang diambil oleh komunikator dalam mengatasi suatu masalah. Gagasan van Dijk ini didasarkan pada pandangan ketika wartawan meliput suatu peristiwa dan memandang suatu masalah didasarkan pada suatu mental atau pikiran tertentu. Karena topik di sini dipahami sebagai mental atau kognisi wartawan, tidak mengherankan jika semua elemen dalam berita mengacu dan mendukung topik dalam berita.⁴⁶

⁴⁵ *Ibid.* h. 80

⁴⁶ *Ibid.* h. 82

b. Skematik

Struktur skematis atau superstruktur menggambarkan bentuk umum dari suatu teks. Bentuk wacana umum itu disusun dengan sejumlah kategori atau pembagian umum seperti pendahuluan, isi, kesimpulan, pemecahan masalah, penutup dan sebagainya.

Dalam konteks penyajian berita, meskipun mempunyai bentuk dan skema yang beragam, berita umumnya secara hipotetik mempunyai dua kategori skema besar. Pertama, *summary* yang umumnya ditandai dengan dua elemen yakni *judul* dan *lead* (teras berita). Elemen skema ini merupakan elemen yang dipandang paling penting. Kedua, *story* yakni isi berita secara keseluruhan.

Berkaitan dengan judul, biasanya judul dibuat semenarik mungkin, *to attract the reader*. Di dalam pers atau media cetak lebih jelas lagi, karena judul dicetak bervariasi. Ada judul yang berhuruf besar, sedang dan kecil, tergantung sang redaktur menilai mana yang dianggap paling pantas. Judul berita (*head line*) biasanya mempunyai tiga fungsi, yaitu mengiklankan cerita atau berita, meringkaskan atau mengikhtisarkan cerita dan memperbagus halaman surat kabar. Dalam judul berita tidak diizinkan mencantumkan sesuatu yang bersifat pendapat atau opini.

Elemen skema lainnya adalah apa yang disebut *lead*. Tiap berita terdiri atas dua bagian, yaitu teras berita (*lead*) dan tubuh berita (*body*). *Lead* adalah intisari berita yang mempunyai tiga fungsi yakni:⁴⁷

1. Menjawab rumus 5W+1H (*who, what, where, when, why + how*)
2. Menekankan *news feature of the story* dengan menempatkan pada posisi awal
3. Memberikan identifikasi cepat tentang orang, tempat dan kejadian yang dibutuhkan bagi pemahaman cepat berita itu.

Selanjutnya elemen *story* atau isi berita secara keseluruhan, elemen ini secara hipotetik juga mempunyai dua subkategori. Pertama, berupa situasi, yakni proses atau jalannya peristiwa, sedang yang kedua komentar yang ditampilkan dalam teks. Bentuk lain dari strategi semantik adalah *detail* suatu wacana.

c. Semantik

Yang penting dalam analisis wacana adalah makna yang ditunjukkan oleh struktur teks. Dalam pengertian umum, semantik adalah disiplin ilmu bahasa yang menelaah makna satuan lingual, baik makna leksikal maupun makna gramatikal. Makna leksikal adalah makna unit semantik yang terkecil yang disebut leksem, sedangkan makna gramatikal adalah makna yang berbentuk dari penggabungan satuan-satuan kebahasaan. Semantik dalam skema van Dijk dikategorikan sebagai makna lokal (*local meaning*), yakni

⁴⁷ *Ibid.* h. 83

makna yang muncul dari hubungan antarkalimat, hubungan antarposisi yang membangun makna tertentu dalam suatu bangunan teks .

Latar merupakan elemen wacana yang dapat menjadi alasan p0embenar gagasan yang diajukan dalam suatu teks, seperti dalam suatu perselisihan politik, di mana secara sistematis seseorang berusaha mempertahankan pendapat kelompok sendiri dan menyerang argumentasi pihak lawan. Elemen wacana *detail* berhubungan dengan control informasi yang ditampilkan seseorang (komunikator). Komunikator akan menampilkan secara berlebihan informasi yang menguntungkan dirinya atau citra yang baik.⁴⁸

d. Sintaksis

Secara etimologi kata sintaksis berasal dari kata Yunani (sun = ‘dengan’ + *tattein* = ‘menempatkan’). Jadi, kata sintaksis secara etimologis berarti menempatkan bersama-sama kata-kata menjadi kelompok atau kalimat.⁴⁹

Salah satu strategi pada level semantik ini adalah dengan pemakaian koherensi. Berikut keterangan mengenai koherensi:

1. Kohesi; perbuatan atau keadaan menghubungkan, memperatalkan.
2. Koneksi; hubungan yang cocok dan sesuai atau kebergantungan satu sama lain yang rapi, beranjak dari hubungan-hubungan

⁴⁸ *Ibid.* h. 85

⁴⁹ *Ibid.* h. 86

alamiah bagian-bagian atau hal-hal satu sama lain, seperti dalam bagian-bagian wacana atau argumena-argumen suatu rentetan penalaran.

Dalam analisis wacana, koherensi adalah pertalian atau jalinan antarkata, proposisi atau kalimat. Koherensi dapat ditampilkan melalui hubungan sebab akibat, bisa juga sebagai penjelas.⁵⁰

Strategi pada level sintaksis yang lain adalah dengan menggunakan bentuk kalimat. Bentuk kalimat adalah segi sintaksis yang berhubungan dengan cara berpikir logis yaitu prinsip kausalitas. Elemen lain adalah kata ganti. Dalam analisis wacana, kata ganti merupakan alat yang dipakai komunikator untuk menunjukkan dimana posisi seseorang dalam wacana. Dalam mengungkapkan sikapnya, seseorang dapat menggunakan kata ganti “saya” atau “kami” yang menggambarkan bahwa sikap tersebut merupakan sikap resmi komunikator semata-mata. Tetapi, ketika menggunakan kata ganti “kita” menjadikan sikap tersebut sebagai representasi dari sikap bersama suatu komunitas tertentu.

e. Stilistik

Pusat perhatian stilistika adalah *style*, yaitu cara yang digunakan seorang pembicara atau penulis untuk menyatakan maksudnya dengan

⁵⁰ *Ibid.* h. 87

menggunakan bahasa sebagai sarana. Dengan demikian, *style* dapat diterjemahkan sebagai gaya bahasa.⁵¹

Elemen pemilihan *leksikal* pada dasarnya menandakan bagaimana seseorang melakukan pemilihan kata atau frase atas berbagai kemungkinan kata atau frase yang tersedia. Kata “meninggal” misalnya, mempunyai kata lain: mati, tewas, gugur, meninggal, terbunuh, menghembuskan nafas terakhir, dan sebagainya. Di antara beberapa kata itu, seseorang dapat memilih di antara pilihan yang tersedia. Pilihan kata-kata atau frase menunjukkan sikap dan ideologi tertentu. Peristiwa yang sama dapat digambarkan dengan pilihan kata yang berbeda-beda.⁵²

f. Retoris

Strategi dalam level retorik di sini adalah *gaya* yang diungkapkan ketika seseorang berbicara atau menulis. Misalnya, dengan memakai kata yang berlebihan (hiperbolik) atau bertele-tele. Retorik mempunyai fungsi persuasif, dan berhubungan erat dengan bagaimana pesan itu disampaikan kepada khalayak.

Strategi retorik juga muncul dalam bentuk *interaksi*, yakni bagaimana pembicara menempatkan/memposisikan dirinya di antara khalayak. Apakah memakai gaya formal, informal atau santai yang menunjukkan kesan bagaimana ia menampilkan dirinya.

⁵¹ *Ibid.* h. 89

⁵² *Ibid.* h. 90

Pemakaian *metafora* boleh jadi menjadi petunjuk utama untuk mengerti makna suatu teks. *Metafora* tertentu dipakai oleh komunikator secara strategis sebagai landasan berpikir, alasan pembenar atas pendapat atau gagasan tertentu kepada publik.⁵³

Wacana terakhir yang menjadi strategi dalam level retorik ini adalah dengan menampilkan apa yang disebut *visual image*. Misalnya, tentang peran-peran atau kelompok-kelompok tertentu dalam masyarakat, dan sebagai konsekuensinya, memarginalkan kelompok lain yang menjadi lawannya, saingannya, atau kelompok yang bakal mengancam eksistensi dan peran kelompok yang menjadi idolanya.⁵⁴

O. Hambatan Komunikasi Massa

Ketidakjelasan ucapan dan hambatan lain dalam proses komunikasi sebelum pesan mencapai *audience* dinamakan gangguan. Gangguan terjadi dalam tiga bentuk, di antaranya :

1. Gangguan Semantik : terjadi karena susunan kata yang buruk adalah salah satu contohnya.
2. Gangguan Saluran : terjadi ketika saat mendengar radio, suaranya terputus-putus.

⁵³ *Ibid.* h. 91

⁵⁴ *Ibid.* h. 92

3. Gangguan lingkungan : terjadi jika interupsi terjadi di tempat penerimaan. Adanya gangguan dari suara-suara saat proses komunikasi berlangsung.

Hambatan lainnya yang terjadi pada komunikasi massa adalah perbedaan norma sosial, yaitu perbedaan budaya sekaligus juga menimbulkan perbedaan norma sosial yang berlaku pada masing-masing etnik. Mengingat beragamnya norma sosial yang berlaku di Indonesia, maka tidak menutup kemungkinan terdapat pertentangan nilai, dalam hal kebiasaan dan adat yang dianggap baik bagi suatu masyarakat, dianggap tidak baik bagi masyarakat lainnya dan sebaliknya.



BAB III

PROFIL HARIAN UMUM LAMPUNG POST

P. Gambaran Umum Harian Umum Lampung Post

1. Sejarah Lampung Post⁵⁵

Sekitar awal tahun 1970-an terdapat beberapa surat kabar di Provinsi Lampung antara lain Pusiban, Independen, dan Post Ekonomi. Penerbit-penerbit surat kabar tersebut belum mempunyai percetakan sendiri dan belum memiliki cara kerja yang professional. Untuk mewujudkan kehidupan pers yang sehat dan dinamis di daerah ini, maka Menteri Penerangan pada akhir tahun 1973 menghimbau agar seluruh penerbit yang ada untuk melakukan *marger*. Menyambut himbauan itu pemimpin surat kabar mingguan Pusiban, Indevenden dan Post Ekonomi sepakat untuk *marger* dan menerbitkan surat kabar Harian Umum Lampung Post.

Surat kabar Harian Umum Lampung Post di Bandar Lampung mulai terbit pada tanggal 10 Agustus 1974, berdasarkan surat keputusan MENPEN RI No : 0148 SK DIRJEN P 6 SIT 1974. Kemudian untuk memperoleh Surat Izin Usaha Penerbitann (SIUP) sesuai dengan undang-undang No 21 tahun 1982 yaitu penerbit pers harus diselenggarakan oleh perusahaan pers yang berbentuk badan hukum. Maka Yayasan Masa Kini Mandiri di hadapan Notaris Imron Ma'rup SH

⁵⁵Hidayat, Fernanda. 2010. *Kebijaksanaan Promosi dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Surat Kabar Harian Umum Lampung Post pada PT Masa Kini Mandiri di Bandar Lampung*. Skripsi.UNILA, h.19-22.

BAB IV
ANALISIS WACANA STRATEGI HARIAN UMUM LAMPUNG POST
DALAM MENINGKATKAN KUALITAS RUBRIK KEAGAMAAN
(Studi Analisis Wacana Pada Harian Umum Lampung Post)

Q. Strategi Harian Umum Lampung Post dalam Meningkatkan Kualitas Rubrik Keagamaan

Upaya meningkatkan kualitas pada harian umum Lampung Post dilakukan mulai dari rapat Redaksi, yaitu di mana setiap rapat redaksi membahas strategi peningkatan kualitas, baik kualitas perusahaan maupun rubrik pada harian umum Lampung Post. Kemudian terdapat tim kreatif untuk membuat harian umum Lampung Post selalu maju dan berbeda dalam hal pemberitaan, serta untuk mengkaji hal-hal yang kreatif.

Redaktur rubrik keagamaan memiliki tugas dan wewenang yaitu memilih berita dari hasil liputan wartawan di mana berita itu harus disaring terlebih dahulu, sebagai penentuan layak atau tidaknya berita tersebut disampaikan. Apabila berita yang menyangkut keagamaan, maka berita yang dibuat oleh harian umum Lampung Post lebih diperhalus, terlebih berita itu menyangkut isu SARA atau etnis, agar tidak menimbulkan kegaduhan di masyarakat.

Dalam pembuatan berita pada rubrik keagamaan yang bertanggung jawab adalah tanggung jawab bersama, tetapi tanggung jawab lebih menekankan kepada

BAB V

KESIMPULAN, SARAN DAN PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah penulis melakukan penelitian dengan uraian dan analisis wacana menggunakan analisis wacana Teun A Van Dijk dalam meningkatkan kualitas rubrik keagamaan pada harian umum Lampung Post, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat elemen yang tidak terpenuhi yaitu ekspresi dan hanya ada satu rubrik yang terdapat nominalisasi, serta menemukan banyak informasi mengenai keagamaan. Berita yang dibuat oleh Harian Umum Lampung Post sangat dekat dengan kehidupan masyarakat. Hal tersebut terlihat dari analisis wacana yang penulis lakukan yaitu berita pada rubrik keagamaan mengenai Shalat, etika berpakaian Muslim dan Muslimah, memakmurkan Masjid, bersedekah dan sebagainya. Dengan pemberitaan mengenai keagamaan tersebut, tentunya Harian Umum Lampung Post mengemasnya dengan memperhalus kata-kata dengan ungkapan yang lebih halus dan memfilter bahasa yang disampaikan dengan menggunakan EYD (Ejaan Yang Disempurnakan). Dari hasil penelitian Harian Umum Lampung Post memiliki strategi tersendiri dalam meningkatkan kualitas rubrik keagamaan, agar tidak menimbulkan kegaduhan di masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriadi Tamburaka. 2003. *Literasi Media*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Asep Syamsul M. Romli. 2008. *Kamus Jurnalistik*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Bintaro Tjokro Mijoyo dan Mustofa Jaya. 1990. *Teori dan Strategi Pembangunan Nasional*, Jakarta: Gunung Agung
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 1986. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka
- Elvinaro Ardianto, Lukiat Komala dan Siti Karlinah. 2012. *Komunikasi Massa*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Hafied Cangara. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akhbar. 2009. *Metode Penelitian Sosial*, Jakarta: Bumi Aksara
- Husein Umar. 2001. *Strategie Management in Action*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Irawan Soehartono. 1999. *Metode Penelitian Sosial*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Kartini Kartono. 1996. *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, Bandung: Madar Maju
- Koentjaraningrat. 1990. *Metode Penelitian Masyarakat*, Jakarta: Gramedia
- Komsahrial Romli. 2016. *Komunikasi Massa*, Jakarta: PT Grasindo

Lexy J Meleong. 1999 *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosda Karya

Mohammad Nazir. 1998. *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia

Onong Uchjana Effendy. 2006. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Onong Uchjana Effendy. 2004. *Ilmu Komunikasi*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya

Rosidi. 2014. *Metode Penelitian Media dan Analisis Wacana*, Bandar Lampung: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Raden Intan Lampung

Sondang P. Siagin. 1985. *Analisis Serta Perumusan Kebijakan dan Strategi Organisasi*, Jakarta: Gunung Agung

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D*, Bandung: Alfa Beta

Suharmi Arikunto. 2002. *Prosedur Penelitian*, Jakarta: Rienika Cipta

Sumadiria, A. S. Haris. 2006. *Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature Panduan Praktis Jurnalis Profesional*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Sumber Internet :

Karakteristik Kualitas” (On-line), tersedia di: jbptunikompp-gdl-rkaruswant-22685-2-babii.pdf . diakses 12 Januari 2017

Manajemen Kualitas” (On-line), tersedia di: www.damandiri.or.id/file/nurhasyimadunairbab2.pdf 12. diakses Januari 2017

Rubrik dan Pengertiannya” (On-line), tersedia di: <http://astridwiandriani21.blogspot.co.id/2013/11>. diakses 3 November 2016

www.Lampost.co. diakses 15 Agustus 2017



PEDOMAN WAWANCARA

Daftar pertanyaan untuk ***Pemimpin Redaksi*** Harian Umum Lampung Post:

1. Apa latar belakang berdirinya Harian Umum Lampung Post
2. Siapa saja segmen pembaca dari Harian Umum Lampung Post? Alasannya?
3. Berita-berita apa saja yang dipilih untuk dijadikan berita sehari-hari dari Harian Umum Lampung Post khususnya juga untuk masyarakat Lampung (terutama segmen pembacanya)?
4. Latar belakang memilih nama Harian Umum Lampung Post? Apa karena nama tersebut lebih familier untuk masyarakat Lampung?
5. Apa visi dan misi Harian Umum Lampung Post
6. Dalam setiap Rapat Redaksi apakah strategi peningkatan kualitas juga dibahas?
7. Apa yang membedakan Harian Umum Lampung Post dengan Harian umum Lainnya yang ada di Lampung?
8. Apa citra yang diharapkan ketika terbit pertama kali di Lampung?
9. Apa kesan yang diinginkan oleh Harian Umum Lampung Post pada saat meluncurkan Headline yang tampak familier di mata masyarakat Lampung?

Daftar pertanyaan untuk ***Redaktur Rubrik Keagamaan:***

1. Apa tugas dan wewenang utama dari Redaktur Rubrik Keagamaan?
2. Media apa saja yang dipilih/dijadikan untuk menyalurkan berita keagamaan pada khalayak?
3. Bagaimana proses produksi dari rubrik keagamaan kepada masyarakat Lampung?
4. Siapa yang bertanggung jawab dari setiap berita keagamaan yang diterbitkan Harian Umum Lampung Post?
5. Apa yang menjadi tujuan penerbitan rubrik keagamaan saat bulan Ramadhan?

6. Apa yang membedakan rubrik keagamaan Harian Umum Lampung Post dengan Harian Umum lainnya?
7. Apa factor penduduk untuk memproduksi rubrik keagamaan?
8. Apa saja kendala yang terjadi pada saat memproduksi rubrik keagamaan?
9. Apa strategi yang digunakan untuk meningkatkan kualitas rubrik keagamaan?

Daftar pertanyaan untuk **General Manajer Pemasaran (Marketing)**:

1. Apa yang menjadi tujuan pemasaran Harian Umum Lampung Post?
2. Langkah apa saja yang sudah diambil dalam memperkenalkan Harian Umum Lampung Post kepada masyarakat?
3. Segmen pasar yang diinginkan oleh Harian Umum Lampung Post mencakup siapa saja?
4. Market share atau Wilayah edar dari Harian Umum Lampung Post mana saja?
5. Dari *marketing communication mix* (periklanan, promosi penjualan, pemasaran langsung, Humas dan penjualan personal) mana yang banyak dipakai? Alasannya?
6. Apa saja yang dilakukan Harian Umum Lampung Post selama ini dalam hal meningkatkan kualitas (sebagai tanggung jawab sosial kepada masyarakat/pembaca)
7. Langkah apa saja yang sudah diambil dalam memperkenalkan Harian Umum Lampung Post kepada masyarakat?
8. Dalam pendistribusian Harian Umum Lampung Post, apakah ada agen khusus yang ditempatkan untuk menjualkan Koran Hariannya kepada masyarakat?



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat: Jl. Let Kol. H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Tlp. (0721) 780887

KARTU KONSULTASI SKRIPSI

Nama : Umi Pertiwi
Npm : 1341010038
Pembimbing I : Prof. Dr. H. M. Nasor, M.Si
Pembimbing II : Yunidar Cut Mutia Yanti, M.Sos.I
Judul Skripsi : **Strategi Harian Umum Lampung Post Dalam Meningkatkan Kualitas Rubrik Keagamaan (Studi Analisis Wacana Pada Harian Umum Lampung Post)**

No	Tanggal Konsultasi	Keterangan	Pembimbing I	Pembimbing II
1	04 Januari 2017	Bimbingan BAB I		
2	09 Januari 2017	Bimbingan BAB I dan II		
3	27 Maret 2017	Acc BAB dan II		
4	17 Mei 2017	Bimbingan BAB I-II		
5	21 Agustus 2017	Bimbingan BAB II-III		
6	25 September 2017	Bimbingan BAB III-IV		
7	16 Oktober 2017	Bimbingan BAB IV-V		
8	30 Oktober 2017	Bimbingan BAB I-V		
9	09 November 2017	Acc BAB I-V		
10	10 November 2017	Acc BAB I-V		

Mengetahui,
Ketua Jurusan KPI



Bambang Budiwiranto, M. Ag.MA. (As) Ph.D
NIP.1973031997031001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat: Jl. Letkol. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp. (0721) 704030

SURAT KETERANGAN PERUBAHAN JUDUL SKRIPSI

Nomor: B/27.4/In.04/DD/PP.009/5/2017

Surat Keterangan ini diberikan kepada :

Nama : Umi Pertiwi
NPM : 1341010038
Jurusan : KPI

Setelah dilaksanakan Seminar Proposal Judul Skripsi pada :


Hari/Tanggal : Jum'at, 31 Maret 2017
Judul awal : Strategi Surat Kabar Lampung Post Dalam Meningkatkan Kualitas Rubrik Keagamaan
Judul Akhir : Strategi Harian Umum Lampung Post Dalam Meningkatkan Kualitas Rubrik Keagamaan (Studi Analisis Wacana Pada Harian Umum Lampung Post)

An. Dekan
Wakil Dekan I,


Dr. Jasmadi, M.Ag
NIP. 196106181990031003

Bandar Lampung, 15 Mei 2017

An. Ketua Jurusan
Sekretaris Jurusan,


Yunidar Cut Mufia Yanti, M. Sos, I
NIP. 197303191997031001





PEMERINTAH PROVINSI LAMPUNG BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

Jalan Basuki Rahmat No.21 Telp. (0721) 481544 Fax. (0721) 481304

TELUK BETUNG

REKOMENDASI PENELITIAN /SURVEI

Nomor : 070/1018 /III/VII.01/2017

- Dasar :
1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 Tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
 2. Peraturan Daerah Provinsi Lampung Nomor 8 Tahun 2016 Tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Provinsi Lampung
 3. Surat Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung Nomor: B.724/In.04/DD/PP.009/07/2017 tanggal 26 Juli 2017 tentang Permohonan Izin Penelitian/Survey

DENGAN INI DIBERIKAN REKOMENDASI KEPADA :

- Nama/NPM : Umi Pertiwi / 1341010038
Pekerjaan : Mahasiswi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
Alamat : Jl. P. Damar Gg. Madrasah Way Hui Kec. Jati Agung Kab. Lampung Selatan
Lokasi : Harian Umum Lampung Post Bandar Lampung
Jangka Waktu : 01 Agustus s.d. 01 Oktober 2017
Peserta : -
Penanggungjawab : Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung
Tujuan : Mengadakan Penelitian dalam rangka penyusunan skripsi.
Judul Penelitian : "Strategi Harian Umum Lampung Post dalam Meningkatkan Kualitas Rubrik Keagamaan (Analisis Wacana pada Harian Umum Lampung Post)"
Catatan :
1. Rekomendasi ini diterbitkan untuk Kepentingan Penelitian.
 2. Tidak dibenarkan melakukan Penelitian/Survei yang tidak sesuai/tidak ada kaitannya dengan judul kegiatan Penelitian/Survei tersebut di atas.
 3. Melaporkan hasil Penelitian/Survei kepada Gubernur Lampung c.q. Kepala Badan Kesatuan bangsa dan Politik Provinsi Lampung
 4. Surat Rekomendasi ini di cabut kembali apabila Pemegangnya tidak mentaati Ketentuan tersebut di atas.



Dikeluarkan di Bandar Lampung
Pada tanggal 2 Agustus 2017

a.n. GUBERNUR LAMPUNG
KEPALA BADAN KESATUAN BANGSA
DAN POLITIK

IRWAN SIHAR MARPAUNG

Pembina Utama Madya
NIP. 19620527 201410 1 001

- Tembusan :
1. Direktur Harian Umum Lampung Post B. Lampung
 2. Rektor UIN Raden Intan Lampung
c.q. Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Bandar Lampung, 10 Juli 2017

Nomor :
Lampiran : 3 lembar
Perihal : Permohonan Penggunaan Surat Izin Survey

Kepada
Yth. Bapak Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
IAIN Raden Intan Lampung
Di -
Tempat

Assalamu'alaikum, Wr, Wb.

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Umi Pertiwi
NPM : 1341010038
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam
Judul : Strategi Harian Umum Lampung Post Dalam Meningkatkan
Kualitas Rubrik Keagamaan (Analisis Wacana Pada Harian Umum
Lampung Post)

Dengan ini mengajukan permohonan pengajuan surat izin survey, bersama ini saya lampirkan :

1. Foto Copy SK Persetujuan Judul;
2. Foto Copy SPP terbaru ;
3. Permohonan yang disetujui Dosen Pembimbing I dan II;
4. Map Folio Kertas

Demikianlah surat permohonan ini saya buat dengan sebenarnya atas perhatian dan kesediaannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum, Wr, Wb.

Hormat saya,



Umi Pertiwi
NPM. 1341010038

Pembimbing Akademik II

Mengetahui,
Pembimbing Akademik I



Prof. Dr. H. M. Nasor, M. Si
NIP. 195707151987031003



Yunidar Cut Mulya Yanti, M. Sos. I
NIP. 19701025199032001



Kepada Yth :
Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
UIN Raden Intan Lampung
DI
BANDAR LAMPUNG

Nomor.117/HRD/LP/IX/2017

Bandar Lampung, 11 September 2017

Perihal : SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Dengan hormat,

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Supraptiningsih
Jabatan : Manager HRD

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa yang tertera di bawah ini :

Nama : Umi Pertiwi
NPM : 1341010038
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam

Telah melakukan penelitian di Harian Umum Lampung Post pada tanggal 15 Agustus s/d 11 September 2017, dengan judul :

"Strategi Harian Umum Lampung Post dalam Meningkatkan Kualitas Rubrik Keagamaan (Studi Analisis Wacana Pada Harian Umum Lampung Post)"

Demikianlah surat keterangan ini kami sampaikan, atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.



Cc : - File

PT. MASA KINI MANDIRI

KANTOR PUSAT
Jl. Soekarno Hatta No.108
Rajabasa - Bandar Lampung
Telp. (0721) 783 693 (Hunting)
Fax. (0721) 783 598

PERWAKILAN JAKARTA
Gedung MEDIA INDONESIA
Jl. Pilar Mas Raya Kav. A-D, Kedoya Selatan - Jakarta 11520, Indonesia
Telp. (021) 581 2088 Ext. 41480, 41481, 41302
Fax. (021) 581 8170